




 GOBIERNO DE ESPAÑA		 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE		<b>PLANIFICACIÓN DOCENTE</b>			<b>IES VIRGEN DEL CARMEN</b>			 
 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN		 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"		<b>PROGRAMACIÓN</b>			Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 <a href="http://www.iesvirgendelcarmen.com">www.iesvirgendelcarmen.com</a>			
MD850202		Rev. 7		16/09/23			Página 1 de 39			

<b>MÓDULO:</b>	<b>SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL</b>
<b>CURSO:</b>	<b>2024/2025</b>

<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>COMERCIO Y MARKETING</b>
<b>CICLO FORMATIVO</b>	<b>ACTIVIDADES COMERCIALES</b>
<b>PROFESOR</b>	<b>ANA LUISA EXTREMERA ABRIL</b>

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	3
1.1. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL .....	3
1.2. MARCO LEGISLATIVO .....	4
1.3. ENTORNO PROFESIONAL DEL TÍTULO .....	5
2. CONTEXTO .....	5
2.1. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO .....	5
3. PERFIL PROFESIONAL.....	6
3.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO .....	6
3.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.....	6
4. OBJETIVOS .....	9
4.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO QUE SE TRABAJAN EN EL MÓDULO.....	9
4.2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE.....	12
5. CONTENIDOS .....	13
5.1. TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS .....	13
5.2. SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS.....	13
5.3. ELEMENTOS TRANSVERSALES DEL CURRÍCULO .....	24
5.3.1. ÁREAS DE INTERÉS EN LA FP.....	24
5.3.2. EDUCACIÓN EN VALORES.....	24
6. METODOLOGÍA .....	24
6.1. LINEAS DE ACTUACIÓN .....	24
6.2. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.....	25
6.3. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS .....	26
6.4. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES .....	27
6.5. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	28
6.6. BIBLIOGRAFÍA.....	29
6.6.1. BIBLIOGRAFÍA DE DEPARTAMENTO.....	29
6.6.2. BIBLIOGRAFÍA DE AULA .....	29
7. EVALUACIÓN .....	29
7.1. ¿QUÉ, CUÁNDO Y CÓMO EVALUAR.....	29
7.2. CALIFICACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN .....	32
7.2.1. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	32
7.3. RECUPERACIÓN Y MEJORA DE CALIFICACIÓN .....	36
8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	37

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 2 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

## 1. INTRODUCCIÓN

En el contexto del actual sistema educativo (LOMLOE, Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre), la programación es la planificación del proceso de enseñanza y el aprendizaje. Es decir, programar es planificar, concretar y secuenciar los distintos elementos curriculares, partiendo de la normativa propuesta por la administración educativa, en el marco de la autonomía pedagógica a través de la herramienta de planificación docente, reguladas por el Decreto 327/2010 (Plan de Centro: Proyecto Educativo, Proyecto de Gestión y ROF).

Una programación minimiza la necesidad de improvisación en el aula y evita el azar a la vez que atiende a las necesidades y características específicas del alumnado.

La eficacia de la programación didáctica como instrumento de planificación de la actividad en el aula dependerá de la adecuación al contexto, la concreción al currículo oficial, el nivel de flexibilidad que presenta y que sea factible, es decir, viable.

La finalidad de esta programación será la consecución de las capacidades propuestas en los objetivos del currículo y la adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales. Por lo tanto, esta programación de **2º de Actividades Comerciales**, del módulo de **Servicios de Atención Comercial**, se ha realizado de acuerdo a los objetivos y contenidos de la normativa vigente.

La programación educativa se concreta en tres niveles denominados niveles de concreción curricular que, según la propuesta de César Coll (2012), son los siguientes:

- **Currículo:** Es dado por la administración educativa.
- **Programación Didáctica:** Se incluye en el Proyecto Educativo y hace referencia a las líneas generales de programación para el curso.
- **Programación de aula:** Es la concreción y secuenciación del currículo a nivel de aula, pormenoriza los elementos curriculares y establece los ejercicios, actividades y tareas a desarrollar.

En los distintos niveles de programación se debe tener en cuenta las fuentes epistemológica, sociológica, pedagógica y psicológica.

En esta programación didáctica se desarrollan objetivos, contenidos, competencias profesionales, personales y sociales, metodología, criterios de evaluación y resultados de aprendizaje evaluables, así como la atención a la diversidad y a las necesidades específicas de apoyo educativo.

### 1.1. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL

Esta programación didáctica estructura la enseñanza correspondiente al módulo de Servicios de Atención Comercial correspondiente al 2º curso de Actividades Comerciales.

Dicho ciclo de formación profesional tiene una duración de 84 horas.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 3 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

Este ciclo formativo dispone de una organización modular. El módulo de Servicios de Atención Comercial se imparte en el 2º curso. Dispone de una carga lectiva de **84 horas** que se distribuyen a razón de **4 horas semanales**.

## 1.2. MARCO LEGISLATIVO

**La Constitución Española de 1.978** establece en su artículo 27 el derecho universal a la educación que queda también regulado en la Ley Orgánica del Derecho a la Educación (LODE, 1985). Asimismo, el Estatuto Andaluz del 2007 garantiza a través del artículo 21 que esta educación será permanente y de carácter compensatorio. Sobre estas bases, el Sistema Educativo se ordena a través de la **Ley de Educación LOMLOE, Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre**, que se publicó en el BOE de 30 de diciembre de 2020 y por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación (LOE), modificada por la Ley Orgánica 8/2013 de Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE). En el caso concreto de Andalucía, esta concreción se hace a través de la Ley de Educación de Andalucía (LEA 17/2007).

Esta programación se basa también en el **RD. 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo**, BOE de 22 de julio de 2023, permite la implantación en su totalidad de la Ley Orgánica de Ordenación e Integración de la Formación Profesional a partir del próximo curso. Y en la **Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de Cualificaciones y Formación Profesional**, a través de las cuales se ha producido una reforma de la Formación Profesional. Además, se tendrán en cuenta el Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo, así como la **Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial** que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

El Ciclo Formativo de Actividades Comerciales queda regulado a través del 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., que en Andalucía se ordena a través de la Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.

Entre otras cosas, este Real Decreto nos muestra las Unidades de Competencia que se trabajarán en el ciclo formativo, de modo que se relacione de forma efectiva con el mundo laboral. Este es uno de los grandes objetivos del nuevo sistema de la Formación Profesional que pretende que la formación se entienda como una actividad que se desarrolla a lo largo de toda la vida y que se adapta a las situaciones concretas del individuo.

Este objetivo se instrumentaliza a través de la **Ley 5/2002 sobre las Cualificaciones y la Formación Profesional**, que, basándose en el mercado laboral actual, construye las Cualificaciones Profesionales y las presenta en forma de las Unidades de Competencia necesarias para alcanzarla. Toda esta información junto con el contenido de la formación profesional asociada se organiza en un **Catálogo Nacional de**

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 4 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

**Cualificaciones Profesionales regulado por el RD 1128/03.** Estas unidades de competencia se podrán conseguir desde el mundo laboral, a través de los certificados de profesionalidad o desde cualquiera de los subsistemas de la Formación Profesional: la formación profesional del sistema educativo, que es donde nosotros trabajamos, y la formación profesional para el empleo.

### 1.3. ENTORNO PROFESIONAL DEL TÍTULO

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes en los que desarrollarán su actividad profesional los alumnos/as que cursen este ciclo, según lo dispuesto en la normativa que lo regula son las siguientes:

- Vendedor.
- Vendedor/a técnico/a.
- Representante comercial.
- Orientador/a comercial.
- Promotor/a.
- Televendedor/a.
- Venta a distancia.
- Teleoperador/a (call center).
- Información/atención al cliente.
- Cajero/a o reponedor/a.
- Operador de contact-center.
- Administrador de contenidos online.
- Comerciante de tienda.
- Gerente de pequeño comercio.
- Técnico en gestión de stocks y almacén.
- Jefe de almacén.
- Responsable de recepción de mercancías.
- Responsable de expedición de mercancías.
- Técnico en logística de almacenes.
- Técnico de información/atención al cliente en empresas.

## 2. CONTEXTO

Una de las características de la ley educativa, es que se proporciona autonomía pedagógica a los centros educativos para adaptar la enseñanza de los ciclos formativos a la realidad social y económica del centro donde se impartirán.

Si bien el contexto socioeconómico se trata ampliamente en el Proyecto Educativo, se señala en este apartado el marco socioeconómico, así como el tipo de alumnado al que se dirige esta programación didáctica.

### 2.1. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

El actual modelo curricular, abierto y flexible, posibilita adecuar la programación didáctica a distintos contextos educativos teniendo en cuenta las características del

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 5 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

entorno escolar del Centro y de los alumnos y alumnas.

Esta programación se ha elaborado considerando el siguiente contexto educativo: un centro docente donde se imparte el ciclo formativo medio de Actividades Comerciales, situado en Jaén, una ciudad de aproximadamente 110.000 habitantes. El centro se encuentra en una zona habitada por una población de clase media/alta mayoritariamente.

Al tratarse de un tipo de enseñanza posobligatoria, en este centro se encuentran alumnos/as de otras poblaciones próximas de la ciudad, así como de zonas de la periferia de la misma.

La principal actividad económica en la ciudad proviene de los **sectores de servicios y de industria**. El centro educativo se sitúa en el centro de la ciudad. Fruto de la transformación digital en la que estamos inmersos no solo surgen nuevos sectores económicos, sino también nuevas profesiones que van ganando peso en la estructura organizativa de las compañías a medida que las nuevas tecnologías entran en todos sus departamentos. Es por ello que cada día más, las empresas situadas en las proximidades del centro educativo requieren de personal informático cualificado del que se forma en este ciclo.

### 3. PERFIL PROFESIONAL

#### 3.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

#### 3.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

Las **competencias profesionales, personales y sociales** describen el conjunto de conocimientos, destrezas y competencias, entendida éstas en términos de autonomía y responsabilidad, que permiten responder a los requerimientos del sector productivo, aumentar la empleabilidad y favorecer la cohesión social.

Las competencias profesionales, personales y sociales del ciclo formativo vienen descritas en el currículo que regula título. Son un total de 20 son las siguientes:

a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.

b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.

c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.

d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 6 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.

e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.

f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.

g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.

i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.

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.

k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.

l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.

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.

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

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.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 7 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Concretamente, y tal y como se indica en la Orden que regula el título, de ese total de competencias profesionales, personales y sociales, el módulo que se está programando trabaja las siguientes:

a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.

b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.

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.

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

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.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Concretamente, y tal y como se indica en la Orden que regula el título, de ese total de competencias profesionales, personales y sociales, el módulo que se está programando trabaja las siguientes:

- **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.**
- **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**

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 8 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	



- **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 traba**
- **Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía**
- **Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.**
- **Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.**
- **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**

#### 4. OBJETIVOS

Los objetivos educativos expresan el nivel de desarrollo que se espera alcance el alumnado como consecuencia de la intervención educativa y se expresan en términos de competencias, es decir, que la meta educativa no debe ser que el alumnado aprenda meros datos, sino que sean capaces de manejarse con ellos. Toda intervención educativa persigue en última instancia el desarrollo integral del individuo, por ello, el objetivo de la educación es el desarrollo de las competencias.

##### 4.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO QUE SE TRABAJAN EN EL MÓDULO

Para el ciclo formativo de grado medio de ACTIVIDADES COMERCIALES se han definido una serie de objetivos generales, que se describen a continuación:

a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.

b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.

c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 9 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.

f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.

g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.

h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.

i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.

l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.

m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.

n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.

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.

o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial,

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 10 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.

p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.

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 a 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.

x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación de nuestro módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo, tal como se indica en la Orden que regula el título, que se relacionan a continuación:

**ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para**

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 11 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

**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 a 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.**

#### **4.2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Dentro de la programación, según el grado de concreción, se habla de objetivos a nivel del módulo que se pretenden conseguir durante el transcurso del mismo y los cuales vienen expresados en la correspondiente Orden de 16 de junio de 2011 en términos de **resultados de aprendizaje**, que pasamos a citar:

- 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización. (15%)**
- 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada. (20%)**
- 3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticos. (20%)**
- 4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos (15%)**

<b>Código</b>	<b>Rev</b>	<b>Fecha Implantación</b>	<b>Entregar a:</b>	<b>Página 12 de 39</b>
<b>MD850202</b>	<b>7</b>	<b>16/09/22</b>	<b>Jefa/e depto. → Jefatura estudios</b>	

5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución. (15%)
6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio. (15%)

Por otra parte, en cada una de las unidades didácticas en que queda dividida esta programación, se detallarán los objetivos específicos o didácticos de cada una.

## 5. CONTENIDOS

que se describen a continuación. Se toman como fuentes para construir los contenidos: el Real Decreto y la Orden que establece el título de nuestro ciclo y el entorno socioeconómico del centro.

### 5.1. TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS

A continuación, se esquematizan las unidades didácticas en las que se ha dividido el módulo.

UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS	TRIMESTRE
LA ATENCIÓN AL CLIENTE	16	1
LA COMUNICACIÓN PRESENCIAL	14	1
LA COMUNICACIÓN NO PRESENCIAL	12	1
ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN	12	2
TRAMITACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES DE CLIENTE/USUARIO	16	2
EL PLAN DE CALIDAD	14	2

Tabla : Temporalización de bloques de contenidos y unidades didácticas

### 5.2. SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS

En este apartado se pasan a esquematizar las unidades didácticas en las que se ha dividido el módulo. Para cada una de ellas se expresan sus contenidos didácticos

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 13 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

específicos.

El módulo de Servicios de Atención Comercial se imparte en el 2º curso. Tiene una carga lectiva de 84 horas que se distribuyen a razón de 4 horas semanales.

## **1.Unidad didáctica 1: La atención al cliente**

### **1.a.Objetivos Didácticos**

- Analizar las características de una empresa para transmitir la imagen más adecuada, al desarrollarla atención e información al cliente.
- Identificarlos organismos e instituciones de protección defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.

### **1.b.Contenidos Conceptuales**

- La empresa:
  - Tipos de empresas.
  - Organización de la empresa: formal e informal.
  - Organización de la atención al cliente:
- Funciones:
  - Canales de información con el cliente.
  - Interrelaciones con otros departamentos.
  - Importancia de la atención al cliente en la imagen empresarial.
- Gestión informática de las relaciones con los clientes:
  - Call centers.
  - Sistemas CRM.
- El consumidor y sus derechos:
  - Consumidor: derechos y deberes.
  - Normativa aplicable.
- Instituciones de protección al consumidor:
  - Instituciones públicas.
  - Asociaciones de consumidores y usuarios.
  - Otras formas de protección.

### **1.c.Contenidos Procedimentales**

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 14 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Elaboración de organigramas de empresas comerciales.
- Identificación de los diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente.
- Determinación de las relaciones del departamento de atención al cliente con el resto de departamentos de la empresa.
- Identificación de las funciones del departamento de atención al cliente.
- Diferenciación de las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente.
- Identificación de las funciones y de los servicios que prestan los contact centers a las empresas.
- Descripción de las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.
- Diferenciación entre cliente, consumidor y usuario.
- Identificación de las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario.
- Identificación de la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.
- Interpretación de la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor o usuario en materia de consumo.

### ***1.d. Contenidos Actitudinales***

- Importancia de la interacción del departamento de atención al cliente con el resto de departamentos de la empresa.
- Importancia de la atención al cliente en la imagen empresarial.
- Reconocimiento de la influencia de la identidad corporativa y la imagen de marca en el posicionamiento y diferenciación de la empresa.

## **2.Unidad didáctica 2: La comunicación presencial**

### ***2.a. Objetivos Didácticos***

- Utilizar técnicas de comunicación en situaciones de atención presencial al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.
- Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención/asesoramiento presencial del cliente.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 15 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

**2.b. Contenidos Conceptuales**

- El proceso comunicativo:
  - Fases del proceso.
  - Elementos de la comunicación.
  - Dificultades y barreras en la comunicación.
- Tipos de comunicación:
  - Verbal/no verbal.
  - Comunicación interna/externa, individual/colectiva, directa/diferida.
  - Canales y flujos de comunicación interna.
  - Tipos de comunicación externa.
- Comunicación en la atención presencial al cliente:
  - Comunicación presencial/no presencial.
  - Elementos y situaciones.
  - Expresión verbal y sus elementos.
  - Habilidades sociales: escucha activa, asertividad, empatía, resumir, preguntar.
  - La comunicación no verbal: gestos y posturas, imagen personal.
- Técnicas de comunicación presencial con el cliente:
  - Proceso de atención al cliente: fases.

**2.c. Contenidos Procedimentales**

- 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.
- Descripción de las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación presencial con el cliente.
- Solicitud de la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de canales de comunicación presencial.
- Información a clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 16 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	



### **2.d. Contenidos Actitudinales**

- Importancia de que la transmisión de la información se realice con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- Importancia de adaptar la actitud y conversación a cada situación concreta.
- Valoración del uso del léxico y expresiones adecuadas en las comunicaciones presenciales.

## **3.Unidad didáctica 3: La comunicación no presencial**

### **3.a. Objetivos Didácticos**

- Utilizar técnicas de comunicación en situaciones de atención no presencial al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.
- Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención/asesoramiento no presencial del cliente.

### **3.b. Contenidos Conceptuales**

- La comunicación no presencial, características.
- Comunicación telefónica:
  - Elementos y tipos.
  - Fases del proceso de comunicación telefónica.
  - Expresión verbal al teléfono.
  - Expresión no verbal al teléfono.
  - Partes de una llamada.
  - Barreras y dificultades.
- Técnicas de comunicación telefónica:
  - Atención al cliente: proactiva/reactiva.
  - Reglas para realizar y contestar llamadas telefónicas.
  - Normas de protocolo de comunicación telefónica.
  - Atención en centralitas telefónicas.
  - Recogida y transmisión de mensajes.
  - Atención de clientes difíciles.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 17 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Comunicación escrita:
  - Elementos y tipos.
  - Características de la comunicación escrita.
  - Principios y normas de redacción y presentación de documentos.
- Documentos de comunicación escrita:
  - La carta: estructura y características.
  - Carta comercial y carta circular.
  - Estilos de carta comercial.
  - La invitación: estructura y características.
  - El saluda: estructura y características.
- Nuevas formas de comunicación escrita:
  - Fax.
  - Internet y correo electrónico. Amenazas.
  - Chats, foros, blogs y redes sociales.
- SMS.

### ***3.c. Contenidos Procedimentales***

- Descripción de las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación no presencial con el cliente.
- Atender e informar a clientes manteniendo conversaciones telefónicas.
- Utilización de actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas al teléfono.
- Uso de técnicas adecuadas, en la respuesta por escrito, a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente.
- Utilización del correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes.

### ***3.d. Contenidos Actitudinales***

- Valoración del uso del léxico y expresiones adecuadas en las comunicaciones telefónicas.
- Importancia de usar un tratamiento adecuado al destinatario de un documento.
- Importancia del uso correcto del lenguaje y de las normas de estilo de la empresa en la elaboración de documentos escritos.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 18 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

## 4.Unidad didáctica 4: Organización y Archivo de la información

### 4.a.Objetivos Didácticos

- Describir las técnicas más habituales para catalogar y archivar documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.
- Organizar la información relativa a la relación con los clientes.
- Conocer y aplicar técnicas de organización y archivo, tanto manuales como informáticas.
- Elaborar, actualizar y consultar bases de datos con la información relativa a los clientes.
- Manejar herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), según las especificaciones recibidas.
- Registrar, mediante herramientas de gestión informática, información relativa a consultas y solicitudes comerciales.
- Aplicar métodos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información, así como la protección de los datos contenidos en ella.

### 4.b.Contenidos Conceptuales

- El archivo empresarial.
- Funciones y utilidad de un archivo.
- Tipos de archivos empresariales según el equipamiento, el uso de la documentación y su localización física.
- Clasificación y archivo de documentación: sistemas de clasificación más usuales.
- Gestión, tratamiento y archivo de documentación en papel:
  - Entrada de la documentación, conservación, utilización, purga y destrucción de documentos.
  - Consejos para desarrollar la labor de archivo.
- Archivo informático de datos. Las bases de datos:
  - Archivo informático de documentos y sistemas de gestión de datos.
  - Gestión informática de relaciones con los clientes.
- Los CRM. Utilidad, requerimientos y funcionamiento:

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 19 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Soluciones tecnológicas aplicables a un CRM.
- La protección de datos. La RGPD en las relaciones con los clientes. Medidas a aplicar para proteger la información.

#### ***4.c.Contenidos Procedimentales***

- Clasificación y ordenación adecuada los principales documentos empresariales en función del sistema de clasificación más adecuado al caso.
- Aplicación convenientemente los procedimientos de gestión de documentación, según su vida útil.
- Gestión y aplicación adecuada de la información suministrada por un CRM, para desarrollar una adecuada gestión de los clientes.
- Aplicación de la Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) en la labor de archivo.

#### ***4.d.Contenidos Actitudinales***

- Valorar la sistematicidad en el desarrollo de labores de archivo.
- Valorar la importancia del archivo para la obtención de información empresarial y para la posterior toma de decisiones.
- Importancia de la gestión informática de datos para la obtención de información.
- Importancia de la aplicación de las técnicas 3R en la labor de archivo.
- Sensibilizar sobre los riesgos que tiene una empresa al no proteger convenientemente los datos personales archivados.

### **5.Unidad didáctica 5: Tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor**

#### ***5.a.Objetivos Didácticos***

- Identificar procedimientos de recogida de información que determinen el grado de satisfacción del cliente.
- Diferenciar los tipos de consultas, quejas y reclamaciones más habituales.
- Realizar correctamente la tramitación de las reclamaciones de un cliente.
- Aplicar técnicas de comunicación verbal y no verbal para atender quejas y reclamaciones.
- Informar correctamente al cliente de sus derechos y de los trámites para resolver una reclamación.
- Informar adecuadamente del estado de tramitación de una reclamación o queja.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 20 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Cumplimentar los documentos relativos a la tramitación de una queja o reclamación.
- Describir los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos, reconociendo su valor.
- Analizar los mecanismos de mediación/arbitraje para la solución de situaciones de conflicto en materia de consumo, de acuerdo con la normativa vigente.
- Aplicar técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo, persiguiendo soluciones de consenso entre las partes.

### **5.b.Contenidos Conceptuales**

- La satisfacción del cliente con la atención recibida:
  - Expectativas, uso y nivel de satisfacción de los clientes. Comunicación del grado de satisfacción.
  - Recogida de información sobre satisfacción del cliente.
- Documentación asociada a una queja o reclamación:
  - La hoja de reclamaciones.
- Estructura y presentación de una hoja de reclamaciones.
- Gestión de quejas y reclamaciones. Principios básicos de gestión de una queja o reclamación. ISO 10002:2014.
  - Tratamiento de quejas y reclamaciones. Beneficios asociados a una adecuada gestión.
- Intervención de la Administración en consumo: mediación, arbitraje y denuncia. Actuación de la Administración.
- Reclamaciones presenciales. Gestión de las mismas.
- La negociación con el cliente. Fases del proceso negociador. Técnicas y herramientas de negociación.

### **5.c.Contenidos Procedimentales**

- Diseño de herramientas para medir el nivel de satisfacción de los clientes.
- Diferenciar las distintas opiniones de los clientes sobre el servicio recibido.
- Correcta elaboración y presentación de una reclamación.
- Correcta elaboración y presentación de una hoja de reclamaciones.
- Tramitación correcta de una hoja de reclamaciones recibida.
- Gestión de una reclamación según normativa ISO 10002:2015.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 21 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Correcta tramitación administrativa de una hoja de reclamaciones.
- Gestión adecuada de una reclamación presencial.
- Aplicación adecuada de las distintas técnicas y herramientas de negociación.

#### **5.d. Contenidos Actitudinales**

- Importancia del conocimiento del cliente para lograr su fidelización.
- Importancia de la fidelización de la clientela.
- Importancia de la satisfacción global de la clientela para el futuro de la empresa.
- Importancia de la búsqueda de la excelencia empresarial.
- Valorar la satisfacción de la clientela con el servicio recibido.
- Valorar las opiniones negativas de los clientes para la implementación de procesos de mejora.
- Concienciar sobre los derechos que un consumidor tiene y los mecanismos de actuación a su disposición para defenderlos.

### **6.Unidad didáctica 6: El plan de calidad**

#### **6.a. Objetivos Didácticos**

- Ejecutar el plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente.
- Aplicar técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio prestado, a fin de reducir los costes y tiempos de atención.
- Aplicar métodos de control de calidad y de mejora de los procesos de atención/información al cliente/consumidor/ usuario, de manera que se reduzca el coste y el tiempo de atención y se facilite el acceso a la información.

#### **6.b. Contenidos Conceptuales**

- La calidad del servicio de atención al cliente. Concepto y creación. Niveles de calidad.
- La calidad del servicio. Medición:
  - Objetivos y fines de su evaluación.
  - Tipos de evaluación de la calidad del servicio.
  - Índices y estándares más utilizados.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 22 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Tratamiento de errores y anomalías en el servicio.
  - Errores más usuales.
- Tratamiento.
  - Los manuales de procedimientos.
- Fidelización del cliente.
- ¿Por qué los clientes son fieles?
  - Ventajas derivadas de la fidelización.
  - Técnicas de fidelización más usuales.
- Normalización y certificación de la calidad del servicio:
  - Control de la calidad del servicio.
  - Sistema de gestión de calidad.
  - Certificación de un Sistema de Gestión de Calidad.

#### **6.c. Contenidos Procedimentales**

- Diferenciar los distintos niveles de calidad presentes en un bien o servicio.
- Analizar correctamente el proceso de creación de calidad de un bien o servicio.
- Evaluar correctamente la calidad de un servicio.
- Aplicar correctamente las distintas herramientas de evaluación de la calidad.
- Tratar adecuadamente los distintos errores y anomalías detectados.
- Utilizar adecuadamente los manuales de procedimientos como instrumento de calidad.
- Analizar las razones que llevan a los clientes a ser fieles a una empresa.
- Aplicar correctamente las distintas herramientas y técnicas de fidelización de clientes.
- Aplicar correctamente los ciclos de mejora continua a fin de mejorar la calidad de un bien o servicio.
- Explicar el proceso a seguir para certificar un sistema de gestión de calidad.

#### **6.d. Contenidos Actitudinales**

- Valorar la importancia que tiene para una empresa contar con un servicio de calidad.
- Importancia de medir adecuadamente la calidad de un servicio.
- Importancia de la implantación sistemática de procesos de mejora continua de la calidad del servicio.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 23 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Concienciar acerca de la necesidad de contar con tratamientos adecuados de las anomalías detectadas.
- Sensibilizar acerca de la importancia de contar con manuales de procedimientos adecuados.
- Valorar la fidelidad de la clientela como el mejor medio para lograr el éxito empresarial.
- Valorar los procedimientos de certificación externos aplicables al sistema de gestión de calidad.

### 5.3. ELEMENTOS TRANSVERSALES DEL CURRÍCULO

#### 5.3.1. ÁREAS DE INTERÉS EN LA FP

Asimismo, se debe de prestar atención a las áreas prioritarias o de especial interés, existentes en la Formación Profesional: TIC, idiomas y prevención de riesgos laborales.

#### 5.3.2. EDUCACIÓN EN VALORES

El Sistema Educativo incluye en el currículo una serie de saberes actualmente demandados por la sociedad: son los llamados temas transversales.

Se denominan transversales porque no surgen como un programa paralelo al desarrollo del currículo sino insertado en la dinámica diaria del proceso de enseñanza-aprendizaje. Son complementarios y deben impregnar la totalidad de actividades del centro.

La **LOMLOE** y, más concretamente la **LEA** refuerzan el uso en los currículos de las enseñanzas no universitarias de estos temas transversales.

La finalidad de la educación es el desarrollo integral del alumnado. Esto supone atender no sólo a las capacidades cognitivas o intelectuales de los alumnos sino también a sus capacidades afectivas, motrices, de relación interpersonal y de inserción y actuación social.

En este módulo se tratan los siguientes temas transversales:

- Educación moral y cívica (tema 1 y 6 sobre la responsabilidad y el buen servicio en la atención al cliente)
- Educación para la igualdad de oportunidades (en todos los temas)
- Educación Ambiental (en todos los temas)
- Educación del consumidor (en el tema 4 y 5)

## 6. METODOLOGÍA

### 6.1. LINEAS DE ACTUACIÓN

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje vienen

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 24 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	



determinadas en la **Orden de 28 de julio de 2015** por la que se establece el título de **Técnico Medio en Actividades Comerciales**, versarán sobre:

- Desarrollo de acciones de información al cliente/consumidor/usuario.
- Organización, tratamiento y archivo de documentación relativa al servicio de atención al cliente.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de información al cliente 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 y control de calidad de los servicios de atención/información al cliente/consumidor/usuario.
- Desarrollo de acciones previstas en planes de calidad y mejora del servicio de atención al cliente.
- Desarrollo de acciones previstas en programas de fidelización de clientes.

## 6.2. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Son aquellas que propone el docente para que las lleven a cabo los alumnos. Pretenden propiciar la iniciativa del alumno y el proceso de autoaprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión y análisis, de relación y de búsqueda y manejo de la información y que intentan, además, conectar el aula con el mundo real, las empresas, profesionales y organismos administrativos que conforman el entorno profesional y de trabajo técnico que se quiere formar. Estas actividades se complementarán con exposiciones, explicaciones del profesor y debates de los alumnos.

Los diferentes tipos de actividades que pueden proponerse son los siguientes:

- **Actividades iniciales/motivación:** Sirven de “marco de presentación” de los contenidos concretos que se van a abordar, y conectan, por tanto, con la parcela del saber en que dichos contenidos se inscriben. Son las primeras en la secuencia de enseñanza. Servirá para motivar al alumno hacia la materia a tratar en la unidad. Puede tratarse de comentar una noticia o un recorte de periódico de actualidad relacionado con los contenidos de la actividad.
- **Actividades de detección de conocimientos previos.** Proporcionan al docente información concreta sobre qué saben los alumnos sobre el tema que se va a tratar. Son imprescindibles, puesto que es necesario partir de los conocimientos previos para alcanzar aprendizajes significativos. Aquí aplicaremos técnicas como el debate o la tormenta de ideas denominada como “brain-storming” (tormenta de ideas).
- **Actividades de desarrollo de contenidos:** que servirán para practicar los conceptos y procedimientos presentados en la unidad, y a veces para repasar otros aprendidos en las unidades anteriores, de forma que el alumno pueda integrarlos en el mismo proceso de aprendizaje. Permiten a los alumnos la adquisición de nuevos conocimientos. Estas actividades podrían ser por ejemplo: realización de una

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 25 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

investigación sobre un tema concreto, resolución de un caso práctico, actualización del glosario que abordaremos a lo largo del curso, la elaboración de mapas conceptuales, etc.

- **Actividades de refuerzo.** Para alumnos que tienen dificultades en alcanzar los objetivos previstos. Sirven para responder a las diferencias individuales de los alumnos y a sus distintos ritmos de aprendizaje. (Téngase presente que refuerzo no equivale a reiteración: las actividades de refuerzo no son “más de lo mismo”, sino que con ellas se persigue alcanzar los objetivos y trabajar los contenidos mediante otras estrategias).
- **Actividades de ampliación.** Que tienen mayor complejidad o dificultad para facilitar el avance de alumnos con un mayor ritmo de aprendizaje e introducir en ocasiones nuevos conceptos de carácter secundario que completan los desarrollados en la unidad.
- **Actividades de recuperación:** Los alumnos que no hayan superado la evaluación parcial tendrán posibilidad de recuperar en la siguiente parcial o en la global estableciendo un tiempo extra para la recuperación. Además, realizarán las actividades que para cada evaluación se establezcan. Asimismo, se les ofrecerá la posibilidad de realizar actividades extras para mejorar su calificación.
- **Actividades de síntesis:** Una vez que los alumnos hayan elaborado las actividades mencionadas, se realizará otra encaminada a reforzar las ideas principales de la unidad como puede ser a través de un cuadro sinóptico, estudios comparativos, etc.
- **Actividades de evaluación,** incluyen las dirigidas a la evaluación inicial, formativa y sumativa que no estuvieran cubiertas por las actividades de tipos anteriores.

### 6.3. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Al inicio de cada unidad se intentará detectar los conocimientos previos y se procurará despertar el interés hacia el tema, es conveniente presentar alguna actividad sencilla introductoria, o un audiovisual que trate sobre el contenido, con el fin de motivar y despertar cierto interés en el alumnado. Posteriormente se realizará la exposición de los contenidos que se van a desarrollar. Para ello podemos utilizar el esquema que se presenta al final de las distintas unidades y se realizarán actividades de apoyo y resolución de casos prácticos, individuales o en grupo.

La metodología que aplicaremos será, activa participativa e integradora. Se basará en los siguientes principios psicopedagógicos y didácticos:

- Partiremos del nivel de desarrollo que tienen nuestros alumnos en cuanto a competencia cognitiva y conocimientos anteriores.
- Relacionaremos las actividades de enseñanza- aprendizaje con la vida real del alumnado y con sus experiencias.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 26 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Buscaremos aprendizajes significativos y no repetitivos, relacionando conocimientos y conocimientos nuevos.
- Modificaremos los esquemas de conocimiento que posee el alumno.
- Tendremos en cuenta las peculiaridades de cada alumno.
- Trataremos de que se produzca continuamente la interacción profesor-alumno y también alumno-alumno.
- Plantearemos actividades de acuerdo con sus posibilidades, para que se sientan competentes, aumente su autoestima y, como consecuencia, su motivación.

Sobre todo, trataremos de conseguir la participación del alumno para que sea sujeto activo del proceso de enseñanza-aprendizaje. Además, los alumnos deberán aprender a trabajar en equipo. En la medida de lo posible estos trabajos en equipo se basarán en el aprendizaje cooperativo, especialmente adecuado para:

- Búsqueda, selección, organización y valoración de la información.
- Comprensión profunda de conceptos abstractos esenciales para la materia.
- Adaptación y aplicación de conocimientos a situaciones reales.
- Resolución creativa de problemas.
- Resumir y sintetizar.
- Expresión oral.
- Habilidades interpersonales: desempeño de roles (liderazgo, organizador, etc.) y expresar acuerdos y desacuerdos, resolver conflictos, trabajar conjuntamente, mostrar respeto, etc.
- Organización/gestión personal: planificación de los tiempos, distribución de tareas, etc.

Se trata de una programación abierta y flexible que será modificada si el desarrollo de la misma así lo requiere.

#### 6.4. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Se consideran actividades complementarias las organizadas durante el horario escolar por los Centros, y que tienen un carácter diferenciado de las propiamente lectivas, por el momento, espacio o recursos que utilizan. Estas actividades son fundamentalmente las salidas y celebraciones y se organizarán de forma coordinada con los profesores del equipo docente.

Para completar la formación académica de nuestros alumnos se podrían realizar las siguientes actividades:

1.- Charlas, seminarios o conferencias organizadas por el departamento, sobre el contenido de cualquiera de los módulos que lo integran, además de asistir a las conferencias y demás actividades que, relacionadas con nuestros módulos, organice: AJE, CADE, UJA, ICEX, EXTENDA, IMEFE (Foro Lince), Diputación, entidades bancarias, empresarios del sector, 123 emprende o cualquier otra entidad y que consideremos de interés.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 27 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

## 2.- Visitas:

- Visita escaparates centro comercial (febrero). 1º Actividades Comerciales
- Congreso IA en Lucena (noviembre 2024). 1º CI y 2º AC
- Taller Radio. 2º AC (noviembre)
- Foro Lince. 2º AC y 1º CI (noviembre)
- Visita FORO EMPRESARIOS (febrero) 1º Comercio internacional y 2º Actividades Comerciales
- Centro logístico (febrero) 1º Actividades comerciales
- Branding. 1º CI y 2º AC (octubre)

3.- Colaborar con el Departamento de Actividades Extraescolares y con el resto de departamentos, en todas aquellas actividades que sean de interés para nuestros alumnos.

- Radio Virgen del Carmen.
- Aula de emprendimiento.
- Bolsa de empleo y orientación laboral.

**6.5. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS**

Todas las sesiones correspondientes a este módulo se desarrollarán en el aula-taller de informática de dotación del ciclo. Además de los recursos tradicionales como la pizarra para explicaciones teóricas, se necesitarán los siguientes recursos tecnológicos en el aula:

- Como apoyo al libro de texto, se utilizarán los siguientes recursos:
  - Pizarra blanca para rotuladores.
  - Proyector para el ordenador, para poder utilizar presentaciones multimedia, vídeos, etc.
  - Ordenadores instalados en red, con conexión a Internet para el alumnado.
  - Ordenador para el profesor o profesora.
  - Impresora.
  - Mobiliario de aula.
  - Dispositivos de almacenamiento de datos: memorias USB
- Artículos de prensa y páginas web.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 28 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Utilizar equipos informáticos para la realización de documentos.
- Se consultarán artículos de normas que se han citado en el tema y que puede resultar interesante analizar o ampliar.
- Se utilizarán revistas locales donde se publiciten inmuebles y agencias. inmobiliario.
- Se manejarán catálogos de las tiendas de productos tecnológicos de la zona.

## 6.6. BIBLIOGRAFÍA

### 6.6.1. BIBLIOGRAFÍA DE DEPARTAMENTO

- Libro de texto de MCGRAW-HILL Servicios de Atención Comercial.
- Normativa de consumo.

### 6.6.2. BIBLIOGRAFÍA DE AULA

Libro de texto: Servicios de Atención Comercial, de la editorial Mc Graw-Hill

## 7. EVALUACIÓN

La evaluación tendrá en cuenta el progreso del alumno/a respecto a la formación adquirida en los distintos módulos que componen el Ciclo Formativo. La superación del Ciclo Formativo requerirá la evaluación positiva de todos los módulos que lo componen.

La evaluación es **competencial** y **continua**. **En primer lugar**, es **competencial**, esto es, “la formación deberá ser objeto de una evaluación continua destinada a comprobar la adquisición de las competencias profesionales y para la empleabilidad, así como los resultados de aprendizaje”, de modo que, la evaluación deberá verificar “la adquisición de los resultados de aprendizaje en las condiciones de calidad establecidas en los elementos básicos del currículo, de acuerdo con los **criterios de evaluación** de cada uno de los módulos profesionales”, ya que, a través del cumplimiento de los criterios de evaluación, se valida si se alcanzan las metas. **En segundo lugar**, se dice que es **continua** porque continuamente se está evaluando y cuando se detecta un problema en clase, se intenta solucionar. Por tanto, permite resolver el problema que tenga un alumno/a en un momento dado. Además, que la evaluación sea continua implica que sea formativa, puesto que permite cambiar aspectos determinados si se detectan fallos en el proceso de enseñanza.

### 7.1. ¿QUÉ, CUÁNDO Y CÓMO EVALUAR

La evaluación inicial se realizará mediante la realización de una prueba escrita en la que se evaluarán las habilidades y conocimientos del alumnado, entrevista personalizada a cada alumno, cumplimentación de un cuestionario y la observación

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 29 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

directa, no tendrá una calificación numérica y su objeto será detectar las necesidades educativas y la contextualización de la programación didáctica a la situación social y laboral del centro educativo y del alumnado.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<b>R1.</b> Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.	<p>a) Se han identificado los diferentes tipos de clientes y la forma de atenderlos.</p> <p>b) Se han establecido los objetivos de las relaciones con los clientes, identificando las principales vías de contacto con éstos.</p> <p>c) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.</p> <p>d) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.</p> <p>e) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.</p> <p>f) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.</p> <p>g) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.</p> <p>h) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.</p>
<b>R2.</b> Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.	<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 al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.</p> <p>d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.</p> <p>e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.</p> <p>f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, 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 al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.</p> <p>h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.</p>

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 30 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

<p><b>R3.</b> Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.</p>	<p><b>a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.</b>  b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.  <b>c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/ usuario.</b>  d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.  <b>e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.</b>  f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.  <b>g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.</b></p>
<p><b>R4.</b> Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.</p>	<p><b>a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.</b>  b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.  <b>c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.</b>  d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/ consumidor/usuario en materia de consumo.  <b>e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.</b></p>
<p><b>R5.</b> Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.</p>	<p>a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.  b) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.  c) 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 del cliente.  d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.  e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.  f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.  g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.  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>

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 31 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

<b>Ra6.</b> Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.	<p>a) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.</p> <p>b) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.</p> <p>c) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.</p> <p>d) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente 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 clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).</p>
--	---

Tabla: Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo

## 7.2. CALIFICACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Teniendo en cuenta la **Orden de 29 de septiembre de 2010**, la evaluación final de este módulo profesional el módulo se evaluará por resultados de aprendizaje, complementando con las competencias profesionales, personales y sociales.

### 7.2.1. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

A continuación, se visualiza una tabla donde se relacionan las ponderaciones estimadas en esta programación didáctica (PD) para cada resultado de aprendizaje (RA) y las unidades didácticas implicadas en cada uno de ellos:

			UNIDADES DIDÁCTICAS					
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	% PD		1	2	3	4	5	6
	RA 1	15%	X					
	RA 2	20%		X				
	RA 3	20%			X			
	RA 4	15%				X		
	RA 5	15%					X	
RA 6	15%							X

Tabla : Ponderaciones de los RA y unidades didácticas donde se evalúan

En las siguientes tablas se puede observar la ponderación de cada criterio de evaluación (C.E.), por cada uno de los resultados de aprendizaje (RA), en función de las unidades didácticas implicadas en cada uno de ellos, teniendo en cuenta la duración en horas de las mismas y los instrumentos de evaluación.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 32 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	



R.A. 1		UNIDADES DIDÁCTICAS	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.D. X	I1	I2	I3
a)	14,3%	1	30%	50%	20%
b)	14,3%	1	30%	50%	20%
c)	14,3%	1	30%	50%	20%
d)	14,3%	1	30%	50%	20%
e)	14,3%	1	30%	50%	20%
f)	14,3%	1	30%	50%	20%
g)	14,3%	1	30%	50%	20%

**I1** – Rúbricas.

**I2** – Tipo test/Cuestionario.

**I3** - Lista de control (Observación).

R.A. 2		UNIDADES DIDÁCTICAS	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.D.	I1	I2	I3
a)	12,5%	2	30%	50%	20%
b)	12,5%	2	30%	50%	20%
c)	12,5%	2	30%	50%	20%
d)	12,5%	2	30%	50%	20%
e)	12,5%	2	30%	50%	20%
f)	12,5%	2	30%	50%	20%
g)	12,5%	2	30%	50%	20%
h)	12,5%	2	30%	50%	20%

**I1** – Rúbricas.

**I2** – Tipo test/Cuestionario.

**I3** - Lista de control (Observación).

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 33 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

R.A. 3		UNIDADES DIDÁCTICAS	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.D. X	I1	I2	I3
a)	11,12%	3	30%	50%	20%
b)	11,12%	3	30%	50%	20%
c)	11,12%	3	30%	50%	20%
d)	11,12%	3	30%	50%	20%
e)	11,12%	3	30%	50%	20%
f)	11,12%	3	30%	50%	20%
g)	11,12%	3	30%	50%	20%
h)	11,12%	3	30%	50%	20%
i)	11,12%	3	30%	50%	20%

*I1 – Rúbricas.*

*I2 – Tipo test/Cuestionario.*

*I3 - Lista de control (Observación).*

R.A. 4		UNIDADES DIDÁCTICAS	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.D. X	I1	I2	I3
a)	14,3%	4	30%	50%	20%
b)	14,3%	4	30%	50%	20%
c)	14,3%	4	30%	50%	20%
d)	14,3%	4	30%	50%	20%
e)	14,3%	4	30%	50%	20%

*I1 – Rúbricas.*

*I2 – Tipo test/Cuestionario.*

*I3 - Lista de control (Observación).*

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 34 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

R.A. 5		UNIDADES DIDÁCTICAS	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.D.	I1	I2	I3
a)	12,5%	5	30%	50%	20%
b)	12,5%	5	30%	50%	20%
c)	12,5%	5	30%	50%	20%
d)	12,5%	5	30%	50%	20%
e)	12,5%	5	30%	50%	20%
f)	12,5%	5	30%	50%	20%
g)	12,5%	5	30%	50%	20%
h)	12,5%	5	30%	50%	20%

**I1** – Rúbricas.

**I2** – Tipo test/Cuestionario.

**I3** - Lista de control (Observación).

R.A. 6		UNIDADES DIDÁCTICAS	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.D.	I1	I2	I3
a)	12,5%	6	30%	50%	20%
b)	12,5%	6	30%	50%	20%
c)	12,5%	6	30%	50%	20%
d)	12,5%	6	30%	50%	20%
e)	12,5%	6	30%	50%	20%
f)	12,5%	6	30%	50%	20%
g)	12,5%	6	30%	50%	20%
h)	12,5%	6	30%	50%	20%

Tabla : Ponderaciones de los criterios de evaluación de cada RA

**I1** – Rúbricas.

**I2** – Tipo test/Cuestionario.

**I3** - Lista de control (Observación).

Finalmente, a través de la siguiente tabla, se visualizan los resultados de aprendizaje alcanzados en cada evaluación y la ponderación de los resultados de aprendizaje, tanto en la programación didáctica, como en cada evaluación, para poder

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 35 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

calcular la nota de cada trimestre.

			EVALUACIONES	
		% PD	1ª Evaluación	2ª Evaluación
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	RA1	15%	15%	
	RA2	20%	20%	
	RA3		20%	
	RA4			15%
	RA5			15%
	RA6			15%

Tabla: Ponderaciones de los resultados de aprendizaje en cada evaluación

Teniendo en cuenta las ponderaciones de la tabla anterior, la nota media para la **calificación final del módulo** es la siguiente:

$$\text{Nota final} = (\text{RA1} \cdot 15\%) + (\text{RA2} \cdot 20\%) + (\text{RA3} \cdot 20\%) + (\text{RA4} \cdot 15\%) + (\text{RA5} \cdot 15\%) + (\text{RA6} \cdot 15\%)$$

Además, para la obtención de las notas trimestrales, que son informativas y orientativas, se les da unos porcentajes concretos a los criterios de evaluación, por trimestre, teniendo en cuenta las ponderaciones de la tabla anterior.

**Las calificaciones trimestrales** será el resultado de la nota media ponderada en función de los RA y CE, de las calificaciones obtenidas en los instrumentos evaluados en dicho trimestre, según la programación de este módulo, requiriéndose haber superado todos los Resultados de Aprendizaje (RA) evaluados en dicho trimestre, en caso contrario la calificación máxima será de 4 puntos sobre 10.

Para superar cada Resultado de Aprendizaje (RA) el alumnado deberá alcanzar el 50% de sus Criterios de Evaluación (CE), teniendo en cuenta el peso ponderado de cada uno de ellos.

La nota de la **evaluación final** del curso será el resultado de las notas medias de los tres trimestres, ponderadas según los porcentajes de los RAs y Criterios de evaluación desarrollados en cada trimestre.

Teniendo en cuenta que:

- Se requiere superar todos los RAs del módulo, caso contrario la calificación máxima a obtener será de 4.
- La nota de la recuperación o valor de los CE no superadas (o de subir nota) sustituye a la nota primera.

### 7.3. RECUPERACIÓN Y MEJORA DE CALIFICACIÓN

Se realizará, por cada trimestre, una prueba de recuperación y subir nota para el alumnado que no la haya superado todos los RA y criterios de evaluación o quieran subir

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 36 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

su calificación.

Las recuperaciones se harán siguiendo un PLAN DE RECUPERACIÓN/ SUBIR NOTA INDIVIDUALIZADO donde para cada alumno/a se establecerán los instrumentos de evaluación concretos para recuperar/subir nota cada uno de los CE no superados o desee mejorar.

De forma general estos instrumentos de recuperación/subir nota consistirán en pruebas teórico-práctica y/o realización de actividades prácticas individuales.

El examen de la convocatoria final FP estará dividido por resultados de aprendizaje, debiendo el alumnado realizar sólo los resultados de aprendizaje pendientes o que desee mejorar.

Se recogerán en la Programación de Aula las actividades de refuerzo, recuperación o mejora de los RA y CE previstos a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje:

- A lo largo del curso.
- Especialmente en el periodo entre la última evaluación parcial (3ª en 1º) y la final para permitir al alumnado la superación del módulo pendiente de evaluación positiva o, en su caso, mejorar la calificación obtenida en el mismo.

Después de cada sesión de evaluación se aplicarán los procedimientos e instrumentos de evaluación necesarios para recuperar los RA no superados. Se facilitará al alumnado en el periodo recuperación distintos talleres que permitan recuperar o ampliar los diferentes RAs.

## 8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

La diversidad está presente en todos los colectivos sociales. El reto de los centros educativos y del profesorado en relación con el alumnado que atienden, es proporcionar el desarrollo de las capacidades en función de sus características diferenciales.

Es una realidad que los alumnos/as del grupo-clase se diferencian en cuanto a sus capacidades, conocimientos previos, motivaciones e intereses. Por ello en el aula, existen alumnos/as que van a presentar distintas necesidades educativas.

La LOMLOE, entiende por alumnado con **necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE)** a aquel alumnado, que requiera una atención educativa diferente a la ordinaria, por presentar necesidades educativas especiales, por dificultades específicas de aprendizaje, TDAH, por sus altas capacidades intelectuales, por haberse incorporado tarde al sistema educativo, o por condiciones personales o de historia escolar.

El alumnado con **necesidades educativas especiales** es aquel alumnado con discapacidad o trastornos graves de conducta.

Los principios de actuación con estos alumnos/as son la no discriminación y la normalización educativa, a fin de lograr la igualdad de oportunidades para todos.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 37 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

En esta programación se van a adoptar una serie de medidas para atender a los diferentes ritmos de aprendizaje del alumnado y al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (ACNEAE).

Como enseñanza postobligatoria, **no caben las adaptaciones curriculares significativas**, las adaptaciones que se pueden aplicar deben ser no significativas, por tanto, existen dos situaciones:

- Necesidades sensoriales, se procurará utilizar en la medida de las posibilidades institucionales elementos materiales, escritos, audiovisuales e informáticos, de acceso al currículo. Incluso, es posible la existencia de un profesor auxiliar especialista en pedagogía terapéutica.

- Diversidad de intereses y/o ritmos en los aprendizajes, se utilizarán actividades de apoyo, refuerzo o ampliación según la situación, estas actividades versan sobre la unidad didáctica y se deben desarrollar en el aula.

Dado el caso, tendríamos que realizar una:

- **Evaluación inicial**, procurando detectar cuál es el problema de aprendizaje concreto que presenta el alumnado y, en función de ello, determinar los objetivos a cubrir por él, con el asesoramiento, en su caso, del equipo de orientación del IES.

- **Propuesta curricular**, por la que se trata de poner los medios para lograr los objetivos propuestos en función de la evaluación inicial.

En esta programación se van a adoptar una serie de medidas para atender a los diferentes ritmos de aprendizaje del alumnado y al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (ACNEAE).

DE MANERA GENERAL	ALUMNADO ACNEAE
➤ Actividades de <b>refuerzo y de ampliación</b> , aprendizaje <b>cooperativo y tutoría entre iguales</b> .	➤ Disposición del alumno <b>en el aula, situándolo en primera fila</b> .
➤ A través de la <b>coordinación del profesorado</b> (tutor/a y <b>orientador/a</b> del centro)	➤ Materiales adaptados: Presentaciones claras y concisas.
➤ Usos de diferentes metodológicas con enfoque <b>DUA</b> .	➤ Respeto ritmo de aprendizaje y apoyo tutorizado de un compañero/a.

#### Alumnos de admisión tardía:

Si la incorporación tardía se debe a motivos justificados, en la medida de lo posible se volverá explicar la materia que más dificultades presente, intentando no retrasar al resto del grupo. El alumno debe de realizar un esfuerzo para incorporarse al ritmo general de clase y podrá realizar las pruebas de evaluación y trabajos en grupo/supuestos prácticos/ejercicios que tuvieran lugar antes de su incorporación.

Si la incorporación tardía no se debe a motivos justificados, se aplicarán los criterios de evaluación de este módulo comunes para todo el alumnado.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 38 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

**Alumnos con necesidades educativas especiales:**

En la evaluación inicial no se ha detectado casos de necesidades educativas especiales. De existir, la evaluación se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación establecidos y valorando las recomendaciones que por parte del Departamento de Orientación pudieran dictarse.

**Alumnos con compatibilidad laboral y/o modularidad:**

La asistencia a clase es absolutamente obligatoria para todo el alumnado.

Según el Plan de Centro, en el capítulo III sobre la asistencia a clase, artículo 16 recoge que por motivos distintos a las faltas por enfermedad o por cumplimiento de un deber cívico, sólo podrán justificarse un total de quince horas de ausencia. Por tanto, la compatibilidad laboral queda reducida a lo establecido en el Plan de Centro.

**Alumnos con altas capacidades**

Se plantearán actividades extras, con la que el alumno estará ocupado y aprendiendo en clase, sirviendo para asegurarse la máxima calificación.

Se intentará involucrar a estos alumnos para ayudar a sus compañeros de clase en las actividades en las que demuestren mayor habilidad y de este modo fomentar el aprendizaje cooperativo.

Código	Rev	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 39 de 39
MD850202	7	16/09/22	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	