

1º CURSO DE
ADMINISTRACIÓN
Y FINANZAS

COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE (CURSO 23/24)





PROGRAMACIÓN DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

I.E.S. JOAQUÍN TURINA CURSO 22/23

1. JUSTIFICACIÓN	2
1.1. Marco Normativo para la Formación Profesional en España y Andalucía	2
2. OBJETIVOS	5
2.1. Competencia General del Título	6
2.2. Competencias Profesionales, Personales y Sociales	6
2.3. Objetivos Generales del Título	6
2.4. Resultados de Aprendizaje del Módulo Profesional	7
3. CONTENIDOS	7
4.1. Análisis y secuenciación de contenidos	10
4.2. Unidades de trabajo	12
4.3 Temas transversales	25
4. METODOLOGÍA	28
5. EVALUACIÓN	29
5.1. Criterios de evaluación	30
5.2. Instrumentos de evaluación.	34
5.3. Criterios de calificación	35
5.4. Sesiones de evaluación	35
5.5. Sistemas y criterios de recuperación y plan de mejora	36
5.6. Evaluación de los alumnos de FP dual	36

6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	37
6.1. Atención a la diversidad según la normativa vigente	37
7.1.1. Equidad en la educación	37
7.1.2. Alumnado que presenta necesidades educativas especiales	37
7.1.3. Alumnado con altas capacidades intelectuales	37
7.1.4. Alumnado con integración tardía en el sistema educativo español	38
7.1.5. Educación Compensatoria	39
7.2. La atención a la diversidad en mi práctica docente. Medidas a tener en cuenta	39
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	40
8. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	43

1. JUSTIFICACIÓN

El módulo profesional 0651: Comunicación y Atención al Cliente se imparte en el primer curso del Ciclo Formativo de Grado Superior de Administración y Finanzas, enseñanza conducente a la obtención del Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas. Este módulo se desarrolla en tres trimestres con un total de 160 horas, distribuidas a razón de 5 horas/semanales.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de comunicación interna y externa de la empresa, que incluye aspectos como:

- El desarrollo de tareas relacionadas con la comunicación interna y externa y los flujos de información interdepartamentales.
- El desarrollo de habilidades sociales con empleados y clientes en la comunicación oral y escrita.
- Los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información dentro de la empresa. • Los procedimientos de gestión de quejas y el servicio posventa.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Todas las áreas y departamentos de pequeñas, medianas y grandes empresas de cualquier sector de actividad.

1.1. Marco Normativo para la Formación Profesional en España y Andalucía

LEYES ORGÁNICAS

- Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
- Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- Ley 17/2007, 10 de diciembre, de Educación de Andalucía, (LEA). (BOJA 26-12- 2007)

DE LA ORDENACIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INICIAL

- REAL DECRETO 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional (BOE 22-07-2023).

DE CENTROS

- Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria. (BOJA 16-07-2010)
- ORDEN de 20 de agosto de 2010, por la que se regula la organización y el funcionamiento de los institutos de educación secundaria, así como el horario de los centros, del alumnado y del profesorado. (BOJA 30-08-2010)
- Real Decreto 217/2022, de 29 de marzo, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Secundaria Obligatoria.
- Orden de 30 de mayo de 2023, por la que se desarrolla el currículo correspondiente a la etapa de Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se

regulan determinados aspectos de la atención a la diversidad y a las diferencias individuales, se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado y se determina el proceso de tránsito entre las diferentes etapas educativas

DE LAS ENSEÑANZAS

- ORDEN de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos profesionales de formación en centros de trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Real Decreto 1584/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas y se fijan sus enseñanzas mínimas. (BOE 15-12-2011)
- Orden de 11 de marzo de 2013, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas. (BOJA 22-04-2013)

DE LA EVALUACIÓN

- 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.

2. OBJETIVOS

2.1. Competencia General del Título

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico según, **Real Decreto 1584/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas y se fijan sus enseñanzas mínimas.** (BOE 15-12-2011), recogidos también en la **Orden de 11 de marzo de 2013, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas** (BOJA 22-04-2013), por el que se establecen las enseñanzas correspondientes al Título de Formación Profesional de **Técnico Superior en Administración y Finanzas** en Andalucía, perteneciente a la familia profesional de Administración y Gestión, y cuya **competencia profesional** consiste en *organizar y ejecutar las operaciones de gestión y administración en los procesos comerciales, laborales, contables, fiscales y financieros de una empresa pública o privada, aplicando la normativa vigente y los protocolos de gestión de calidad, gestionando la información, asegurando la satisfacción del cliente y/o usuario y actuando según las normas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental.*

El módulo de Comunicación empresarial y atención al cliente contribuye a alcanzar la cualificación profesional:

Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título		Unidades de competencia del módulo
Cualificación: ADG310_3 (RD 107/2008)	Asistencia documental y de gestión en despachos y oficinas	
Unidad de competencia: UC0982_3	Administrar y gestionar con autonomía las comunicaciones de la dirección.	?
Unidad de competencia: UC0986_3	Elaborar documentación y presentaciones profesionales.	?
Unidad de competencia: UC087_3	Administrar los sistemas de información y archivo en soporte convencional e informático.	?
Unidad de competencia: UC0988_3	Preparar y presentar expedientes y documentación jurídica y empresarial ante Organismos y Administraciones Públicas.	?

2.2. Competencias Profesionales, Personales y Sociales

El módulo de Comunicación y Atención al cliente contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales**, según el anexo I de la orden **Orden de 11 de marzo de 2013** son:

Competencias profesionales, personales y sociales del título de Administración y Finanzas		Competencias a las que contribuye el módulo
a)	Tramitar documentos y comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.	?
b)	Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas, información obtenida y/o necesidades detectadas.	?
c)	Detectar necesidades y anticipar soluciones de diversos tipos, dentro de su ámbito, a partir del análisis de la información disponible y del entorno.	?
d)	Proponer líneas de actuación encaminadas a mejorar la eficiencia de los procesos administrativos en los que interviene.	?
e)	Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.	?
l)	Atender a los clientes/usuarios en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y ajustándose a criterios éticos y de imagen de la empresa/institución	?
p)	Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.	?

2.3. Objetivos Generales del Título.

Los objetivos generales del Ciclo Formativo de Grado Superior de Administración y finanzas se establecen en el art. 9 del Real Decreto 1584/2011, de 4 de noviembre, **contribuyendo este módulo a alcanzar según el anexo I de la Orden de 11 de marzo de 2013**, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas los siguientes:

Objetivos generales del título		Objetivos a los que contribuye el Módulo
a)	Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.	?
b)	Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.	?
c)	Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.	?
d)	Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial.	?
e)	Organizar las tareas administrativas de las áreas funcionales de la empresa para proponer líneas de actuación y mejora.	?
n)	Reconocer las técnicas de atención al cliente/usuario, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para	?

Objetivos generales del título		Objetivos a los que contribuye el Módulo
	desempeñar las actividades relacionadas.	
p)	Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.	?
q)	Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.	?
r)	Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo	?
s)	Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.	?

3.3. Resultados de Aprendizaje del Módulo Profesional

Los resultados de aprendizaje del módulo profesional de Comunicación y Atención al Cliente, así como la ponderación sobre la calificación final son:

Resultados de aprendizaje	Ponderación:
1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	12 %
2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	20 %
3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	25 %
4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.	10 %
5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.	13 %
6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.	10 %
7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.	10 %

3. CONTENIDOS

Los contenidos del módulo con el carácter de mínimos aparecen recogidos en la Orden **de 11 de marzo de 2013**, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas, los cuales se detallan a continuación:

➤ **Técnicas de comunicación institucional y promocional:**

- Las organizaciones empresariales. Concepto. Características y tipología de las organizaciones. Las funciones en la organización. Dirección, planificación, organización y control.
- Dirección en la empresa. Estilos de mando.
- Los departamentos. Áreas funcionales.
- Organigramas. Concepto y clasificación.
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa. Comunicación e información y comportamiento. La comunicación interna en la empresa. Comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa.
- Procesos y sistemas de información en las organizaciones.
- Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.
- Calidad del servicio y atención de demandas.
- La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

➤ **Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:**

- Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.
- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Técnicas y formas de comunicación oral.
- Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.
- Formas de comunicación oral.
- Barreras de la comunicación verbal y no verbal.
- Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.
- Utilización de técnicas de imagen personal.
- Comunicaciones en la recepción de visitas.
- Realización de entrevistas. Fases.
- Realización de presentaciones.
- La comunicación telefónica. La centralita y uso del listín telefónico.
- Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas.
- Preparación y realización de llamadas.
- Identificación de los interlocutores.
- La cortesía en las comunicaciones telefónicas.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.

- Tratamiento de distintas categorías de llamadas.
 - La videoconferencia.
- **Elaboración de documentos profesionales escritos:**
- La comunicación escrita en la empresa. Normas.
 - Estilos de redacción. Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional. Técnicas de comunicación escrita.
 - Siglas y abreviaturas.
 - Elementos utilizados en la documentación profesional. El sobre. El papel.
 - Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.
 - Herramientas para la corrección de textos.
 - Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”. Publicación de documentos con herramientas de la web 2.0
 - Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.
- **Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información:**
- La recepción, envío y registro de la correspondencia.
 - Servicios de correos y agencias o compañías de mensajería, circulación interna de correspondencia y paquetería.
 - Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información. • El proceso de archivo. Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo. Sistemas de archivo.
 - Archivo de documentos. Clasificación y ordenación de documentos. Normas.
 - Clasificación de la información.
 - Centralización o descentralización del archivo.
 - Custodia y protección del archivo.
 - Las bases de datos para el tratamiento de la información.
 - El correo electrónico. Partes de un mensaje. Redacción.
- **Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:**
- El cliente. Concepto y tipos. Motivación de compra.
 - La atención al cliente en la empresa/organización.
 - Canales de comunicación con el cliente.
 - El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa.

Funciones y organización.

- Documentación implicada en la atención al cliente
- Sistemas de información y bases de datos. Herramientas.
- Relaciones públicas.
- Procedimientos de obtención y recogida de información.
- Técnicas de atención al cliente. Dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.

➤ **Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:**

- El rol del consumidor y/o usuario. Diferencias.
- La protección del consumidor y/o usuario. Derechos y deberes.
- La defensa del consumidor.
- Organismos de protección al consumidor. Instituciones públicas y asociaciones de consumidores • Reclamaciones y denuncias.
- Mediación, conciliación y arbitraje. Concepto y características.
- Situaciones en las que se origina una mediación, conciliación o arbitraje.

➤ **Organización del servicio posventa:**

- El valor de un producto o servicio para el cliente.
- Actividades posteriores a la venta.
- El proceso posventa y su relación con otros procesos.
- Tipos de servicio posventa.
- La gestión y estándares de la calidad en el proceso del servicio posventa. CRM
- Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa.
- Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad. Cualitativas y cuantitativas.
- Fidelización del cliente

4.2. Secuenciación de contenidos.

El cuadro de temporalización es clave en la organización temporal y constituye un esquema donde incluimos los principales elementos que la componen. De esta manera podremos observar los contenidos y unidades didácticas de nuestra programación

El módulo Comunicación y Atención al Cliente tiene una duración de 160 horas, repartidas en 5 horas semanales, aspectos fundamentales para poder temporalizar las 12 Unidades didácticas.

A este respecto se ha tenido en cuenta lo establecido en el Decreto 301/2009, de 14 de Julio, por el que se regula el calendario y la jornada laboral escolar en los centros docentes y la resolución de calendarios escolares para el curso 2023/2024.

Evaluación	Unidades	Título	RA	SECUENCIACIÓN
1º evaluación	1	La empresa , un mundo por conocer	1	18 sept/14octub
	2	La comunicación en la empresa	1	16 oct/24 octu.
	4	La comunicación escrita	3	30 oct/ 1 dic
	5	Documentos profesionales de comunicación	3	
	9	La comunicación 2.0	3	
2º evaluación	3	La comunicación oral	2	11 dic/15 ene
	6	Gestión de la correspondencia	4	16 ene/29 ene
	7	Clasificación y archivo de la información	4	30 ene/15 febr.
	8	La imagen de la empresa	1	19 feb/8 marzo
3ª evaluación	10	La atención al cliente	5	10marz/20 mar
	11	El servicio postventa	7	22marz/10 mayo
	12	El consumidor y sus derechos	6	13 may/ 24 may
FINAL		RECUPERACIÓN		JUNIO

4.3. Unidades de trabajo

A continuación, presentaremos las fichas resumen de las unidades que se verán a lo largo del curso.

1º EVALUACIÓN

Unidad de trabajo 1. La empresa un mundo por conocer.			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 1	Instrumentos de Evaluación
1. Qué es la empresa. 2. Los elementos de la empresa. 3. Tipos de organización. 4. La organización formal. 5. La organización informal. 6. Las funciones de la empresa. 7. La función de dirección.	a) Se ha definido qué es una empresa e identificado sus factores productivos. b) Se han analizado los fines de la empresa. c) Se han identificado los elementos de la empresa describiendo el factor humano, el capital, la organización y el entorno. d) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas. e) Se ha definido la organización formal de la empresa. f) Se ha distinguido entre las diferentes formas de departamentalización de la empresa. g) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad. h) Se ha definido la organización informal de la empresa. i) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado. j) Se han relacionado las funciones tipo en la empresa: técnica, financiera, comercial, dirección y de personal. k) Se ha definido la organización formal de la empresa y su departamentalización. l) Se ha identificado la estructura organizativa. m) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.	<ul style="list-style-type: none"> • Determina la forma de organización de una empresa. • Clasifica los factores productivos de una empresa. • Distingue entre objetivos y subobjetivos. • Clasifica los elementos de una empresa. • Clasifica las empresas atendiendo a diversos criterios. • Diseña y realiza organigramas. • Distingue entre organización formal e informal. • Distingue las distintas áreas de la empresa. • Conoce los estilos de liderazgo. <p>Competencias clave:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Autonomía en la realización de los supuestos prácticos. 2. Innovación en la organización del trabajo. <p>Responsabilidad en el cumplimiento de las tareas encomendadas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Trabajo en equipo. 4. Resolución actividades propuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Presentación de prácticas profesionales <p>Participación en el aula, iniciativa,</p>
Metodología			
El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del			

libro de texto de la editorial Editex.

A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.

Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Unidad de trabajo 2. La comunicación en la empresa			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 1	Instrumentos de Evaluación
1. El proceso de comunicación. 2. Las barreras en la comunicación. 3. Tipos de comunicación. 4. La comunicación interna. 5. La comunicación externa. 6. Identidad e imagen corporativa.	a) Se han identificado los elementos y fases del proceso comunicativo. b) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación. c) Se han definido los canales y tipos de comunicación formal a partir del organigrama de la empresa. d) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales, valorando su influencia e) Se han descrito los distintos tipos de comunicación que la empresa mantiene con el exterior. f) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización g) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce los elementos, fases del proceso de comunicación, así como las barreras que pueden interferir en dicho proceso. • Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre externas e internas, formales e informales. • Conoce los principales elementos para transmitir la imagen corporativa de una organización en sus comunicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos Participación en el aula, iniciativa.
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales</p>			

y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Cada alumno deberá tener una carpeta archivador y un sistema de almacenamiento digital en el que se guardarán, de forma ordenada, todas las actividades y prácticas realizadas a lo largo del curso.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Unidad de trabajo 4. La comunicación escrita en la empresa			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 3	Instrumentos de Evaluación
<p>La comunicación escrita</p> <p>Abreviaturas y siglas.</p> <p>La carta comercial.</p> <p>Elaboración de cartas comerciales</p> <p>Tipos de cartas comerciales. 6.</p> <p>La carta circular.</p>	<p>a) Se han identificado las siglas y abreviaturas más utilizadas en la actividad empresarial.</p> <p>b) Se han aplicado normas ortográficas y gramaticales en la redacción de textos.</p> <p>c) Se han diferenciado cada uno de los elementos que componen la carta comercial.</p> <p>d) Se han identificado los distintos tipos de cartas que pueden elaborarse en función de su finalidad.</p> <p>e) Se han redactado cartas comerciales, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.</p> <p>f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición, así como sus herramientas de corrección.</p> <p>g) Se ha redactado el documento apropiado cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.</p> <p>h) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maneja las abreviaturas y siglas que se emplean con más frecuencia en el mundo empresarial. • Identifica la estructura de una carta comercial y las partes que la componen y los distintos tipos que pueden elaborarse en función de su finalidad. • Elabora cartas comerciales aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pruebas escritas • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.</p> <p>De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación</p>			

de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de EditeX) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Unidad de trabajo 5. Documentos profesionales			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 3	Instrumentos de Evaluación
1. Comunicaciones internas 2. Comunicaciones con la Administración. 3. Otros escritos 4. Soportes de los documentos escritos.	a) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. b) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo. c) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional. d) Se ha redactado el documento apropiado cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. e) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección. f) Se han identificado los soportes y canales para elaborar y transmitir los documentos. g) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad. h) Se ha utilizado correctamente el correo electrónico para la elaboración y transmisión de mensajes escritos.	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce los distintos tipos de documentos escritos que se utilizan en la empresa e identifica cada una de sus partes. • Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita: • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa,
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial EditeX.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.</p> <p>De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.</p> <p>Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de EditeX) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.</p>			

Unidad de trabajo 9: La comunicación 2.0			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 3	Instrumentos de Evaluación
1. La comunicación 2.0. 2. Plataformas de comercio electrónico. 3. Las redes sociales. 4. Mensajería instantánea. 5. El <i>emailmarketing</i> . 6. Los blogs.	a) Se ha comprendido la importancia de la comunicación 2.0 y sus distintas variantes. b) Se han analizado las funciones del community manager en la empresa. c) Se han enumerado los requisitos de la comunicación 2.0. d) Se han conocido distintas plataformas de comercio electrónico, así como sus ventajas e inconvenientes. e) Se han analizado los puntos fuertes de las redes sociales. f) Se ha interactuado con distintas redes sociales. g) Se han analizado e interactuado con distintas aplicaciones de mensajería instantánea. h) Se ha comprendido el uso del <i>email marketing</i> y su importancia en la comunicación 2.0 i) Se han identificado los beneficios del blog de empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Clasifica distintos tipos de comunicación. • Conoce la función de un community manager y las diversas estrategias que pueden llevar a cabo. • Utiliza la plataforma de e-commerce Shopify. • Enumera e identifica distintas redes sociales. • Registra y utiliza una cuenta en Facebook. • Registra y utiliza una cuenta en Instagram. • Registra y publica contenidos en Youtube. • Registra y crea tableros en Pinterest. • Registra y utiliza una cuenta en LinkedIn. • Registra y utiliza una cuenta en Twitter. • Utiliza las aplicaciones de mensajería WhatsApp y Telegram. • Crea una cuenta de correo electrónico y utiliza listas de correo. • Utiliza aplicaciones para la creación de blogs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.</p> <p>De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.</p> <p>Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.</p> <p>.Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.</p>			

2º EVALUACIÓN

Unidad de trabajo 3. La comunicación oral		Temporalización: 17 horas	
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 2	Instrumentos de evaluación
<p>La comunicación oral</p> <p>La comunicación no verbal</p> <p>Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.</p> <p>Comunicaciones presenciales en el ámbito profesional.</p> <p>Comunicaciones no presenciales.</p>	<p>a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación oral.</p> <p>b) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.</p> <p>c) Se ha valorado la importancia de las habilidades sociales y reglas de protocolo.</p> <p>d) Se han tenido en cuenta las costumbres sociales y los usos empresariales.</p> <p>e) Se han identificado los principales tipos de comunicaciones orales presenciales que se desarrollan en el ámbito empresarial.</p> <p>f) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.</p> <p>g) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.</p> <p>h) Se han realizado exposiciones orales, recepciones de visitas y llamadas telefónicas (entrantes y salientes) aplicando técnicas de comunicación y adaptando el léxico y las expresiones al tipo de comunicación y a los interlocutores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica los principios básicos de la comunicación oral. • Comprende y aplica los componentes de la comunicación no verbal. • Aplica las habilidades sociales y las normas de protocolo y los usos y costumbres sociales y empresariales. • Transmite y recibe información de forma verbal y no verbal, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita y oral: • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa
<p>Metodología</p> <p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.</p> <p>De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.</p>			

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de EditeX) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Asimismo, en esta unidad, se realizará también unas pruebas orales que podrán consistir en la realización de una exposición oral, simulación de comunicaciones telefónicas, entrevistas, recepción de visitas etc.

Unidad de trabajo 6. Gestión de la correspondencia			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 4	Instrumentos de Evaluación
1. Entrada de correspondencia 2. Salida de correspondencia 3. Servicios postales 4. Medios telemáticos para la correspondencia.	a) Se han identificado las fases del proceso de entrada y salida de correspondencia b) Se han registrado las entradas y salidas de correo en los correspondientes libros-registro. c) Se han identificado los principales servicios de mensajería y paquetería ofrecidos por Correos. d) Se han seleccionado el servicio de mensajería y paquetería más conveniente en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad. e) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos. f) Se ha realizado correctamente la gestión y mantenimiento del correo electrónico. g) Se ha valorado la importancia de los medios telemáticos y la firma digital en la correspondencia electrónica y en los trámites con la administración pública.	<ul style="list-style-type: none"> Determina los procesos de entrada y salida de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de las tareas. Reconoce y sabe utilizar libros de registro de correo, anotando entradas y salidas del mismo. Diferencia los distintos servicios de mensajerías ofrecidas por el sector privado, y por el sector público y utiliza aquel que mejor se adapte a las necesidades. Conoce y aplica los medios y procedimientos telemáticos para la gestión de correspondencia y realización de trámites con la Administración Pública. 	<ul style="list-style-type: none"> Prueba escrita Realización de actividades Casos prácticos Participación en el aula, iniciativa,
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial EditeX.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.</p> <p>De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación</p>			

de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Unidad de trabajo 7. Clasificación y archivo de la información			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 4	Instrumentos de Evaluación
1. La documentación. 2. Sistemas de clasificación y ordenación. 3. El archivo: naturaleza y finalidad 4. El archivo convencional 5. El archivo informático 6. Seguridad y confidencialidad	a) Se conocen las ventajas e inconvenientes de los distintos sistemas de clasificación y ordenación, determinando el más apropiado al tipo de documento. b) Se ha clasificado y ordenado la información según distintos criterios. c) Se ha diferenciado entre los distintos tipos de archivos existentes. d) Se han identificado los soportes de archivo más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar. e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo convencional. f) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación. g) Se ha respetado la normativa sobre protección de datos, seguridad, acceso a la información y conservación de documentos h) Se han aplicado las técnicas de las 3 R en la elaboración y archivo de la documentación.	<ul style="list-style-type: none"> • Determina el sistema de clasificación, registro y archivo más apropiado al tipo de documento. • Conoce la finalidad y los tipos de archivo existentes, así como los soportes, técnicas y procedimientos a utilizar. • Conoce la normativa de protección de datos y aplica medidas de seguridad y confidencialidad de la información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.</p> <p>De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será</p>			

necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de EditeX) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Unidad de trabajo 8: La imagen de la empresa. El marketing		Temporalización: xx horas	
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 1	Instrumentos de Evaluación
1. El <i>marketing</i> 2. El departamento de <i>marketing</i> 3. El plan de <i>marketing</i> 4. El <i>marketing mix</i> 5. La publicidad 6. Las relaciones públicas 7. La promoción de ventas. 8. La venta personal. 9. la responsabilidad social corporativa	a) Se ha comprendido la definición e importancia del <i>marketing</i> en las empresas en la actualidad. b) Se han identificado los distintos tipos de <i>marketing</i> que las empresas pueden llevar a cabo hoy en día. c) Se ha valorado la importancia del departamento de <i>marketing</i> . d) Se han reconocido las funciones principales del <i>marketing</i> . e) Se han analizado los distintos tipos de organización del departamento de <i>marketing</i> . f) Se ha comprendido la función del plan de <i>marketing</i> . g) Se ha analizado la estructura del plan de <i>marketing</i> . h) Se han analizado las políticas que componen el <i>marketing mix</i> . i) Se ha valorado la importancia de la publicidad, así como sus características y objetivos. j) Se han enumerado los distintos tipos de publicidad, así como los principales medios publicitarios. k) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y de la <i>publicity</i> . l) Se han enumerado las herramientas en la promoción de ventas, así como su importancia. m) Se ha valorado la importancia de la venta personal y analizado sus características. n) Se ha entendido el valor que le otorga a la empresa la responsabilidad social corporativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce las redes sociales, así como su pretensión. • Organiza un departamento de <i>marketing</i> atendiendo a diversos criterios. • Realiza el análisis DAFO a partir de unos datos aportados. • Elabora el presupuesto de un plan de <i>marketing</i>. • Clasifica los anuncios publicitarios atendiendo a diversos criterios. • Identifica las técnicas enfocadas a las relaciones públicas. • Identifica las herramientas utilizadas en la promoción de ventas. • Enumera las cualidades de los vendedores. • Analiza el comportamiento de los vendedores y de los compradores en la venta personal. • Aprecia las ventajas que suponen la responsabilidad social corporativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial EditeX.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales</p>			

y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

3º EVALUACIÓN

Unidad de trabajo 10: La atención al cliente			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 5	Instrumentos de Evaluación
1. El cliente 2. Las necesidades de los clientes. 3. ¿Por qué compran los clientes? 4. ¿Cómo compran los clientes? 5. El departamento de atención al cliente. 6. El proceso de atención al cliente. 7. El contacto con el público.	a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones. d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente. e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se comenten en la comunicación con el cliente/usuario. h) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. i) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce e identifica a distintos tipos de clientes. • Asocia distintos tipos de necesidades con productos o servicios. • Conoce las distintas necesidades según Maslow. • Clasifica los distintos productos y servicios según el tipo de interés que ocasiona su compra. • Analiza los factores internos y externos que producen una compra. • Define y clasifica el proceso de compra. • Identifica las funciones que realiza el servicio posventa y la calidad que debe tener en su día a día. • Identifica y clasifica las fases del proceso de atención al cliente. • Distingue las características que deben de tener las fuerzas de ventas en la atención al público 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa
Metodología			
El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los			

alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.

A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.

Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Unidad de trabajo 11: El servicio posventa			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 7	Instrumentos de Evaluación
1. El valor del producto. 2. El servicio posventa. 3. La calidad en el servicio posventa. 4. Fases para la gestión de la calidad. 5. Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad. 6. La fidelización. 7. El CRM como herramienta de gestión.	a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales. b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa. c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa. d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente. e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de venta. f) Se han descrito las herramientas de gestión de un servicio posventa. g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes. h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. i) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce el valor del producto como elemento fidelizador del producto. • Identifica los distintos tipos de servicios posventa. • Clasifica los servicios posventa en instalación, mantenimiento o reparación. • Identifica los servicios de atención al cliente. • Clasifica los servicios de atención al cliente en asesoramiento o servicios de reclamaciones y quejas. • Conoce la calidad en el servicio posventa. • Clasifica los componentes de la calidad en interna y externa. • Determina el nivel de calidad que tiene un servicio posventa. • Conoce las fases para la gestión de la calidad. • Clasifica las acciones de calidad que se desempeñan en un servicio posventa. • Conoce distintas técnicas y herramientas para la gestión de la calidad. • Conoce la fidelización y las causas que pueden provocarla en el cliente, • Conoce y utiliza algunas técnicas de fidelización. • Identifica softwares CRM y valora sus beneficios e importancia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa, asistencia y puntualidad, actitud e
Metodología			

El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.

A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.

Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Unidad de trabajo 12: El consumidor y sus derechos			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 6	Instrumentos de Evaluación
<p>La protección del consumidor. Las instituciones que nos protegen. Las reclamaciones. La mediación. El arbitraje de consumo. Las compras transfronterizas</p>	<p>a) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. b) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. c) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación. d) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente. e) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. f) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce al consumidor o usuario como individuo al que hay que proteger. • Identifica los derechos y deberes del consumidor. • Concreta los derechos de los consumidores ante diversas situaciones. • Localiza y asocia la información de las etiquetas en los productos. • Conoce las instituciones públicas y privadas que protegen al consumidor. • Identifica las instituciones que protegen al consumidor en su entorno. • Conoce y rellena con exactitud una hoja de reclamaciones. • Conoce y rellena con exactitud una solicitud de mediación. • Conoce y rellena con exactitud un formulario de reclamación transfronteriza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Presentación de prácticas profesionales • Participación en el aula, iniciativa,

	<p>comunicación.</p> <p>g) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>h) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.</p>		
--	--	--	--

Metodología

El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.

A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.

Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

4.3.- TEMAS TRANSVERSALES

En el actual modelo de enseñanza, que promueve la formación integral de la persona, es necesario que estén presentes en todos los módulos que se desarrollan en los diferentes ciclos formativos los contenidos transversales, que son los que se refieren a grandes temas que engloban múltiples contenidos que difícilmente pueden adscribirse específicamente a ningún módulo en particular.

Los temas transversales serán tratados a medida que se expongan y estudien el resto de los contenidos específicos del ciclo formativo, estando presente en todos los módulos y de forma continua en los intercambios comunicativos y en los trabajos realizados en la ejecución de las prácticas y en los talleres.

☒ Educación moral y cívica, donde se desarrollarán criterios de actuación que favorezcan intercambios responsables y comportamientos de respeto, honestidad, tolerancia y flexibilidad con los compañeros. Propiciaremos actividades de debate, tertulia, etc.

☒ Educación para la paz, donde se desarrollan habilidades para el trabajo en grupo, escuchando y respetando las opiniones de los demás. 30 de enero: Día de la Paz y la No-Violencia.

☒ Educación ambiental. Concienciaremos al alumnado de la necesidad de efectuar un uso racional de los recursos existentes y una correcta disposición de los residuos para facilitar su posterior reciclaje. 22 de marzo: Día del Agua. 22 de abril: Día Mundial de la Tierra. 5 de junio: Día Mundial del Medio Ambiente.

☒ Educación para la salud. Respetando las normas de seguridad e higiene respecto a la manipulación de herramientas, equipos e instalaciones, efectuando las prácticas con rigor, de forma que el resultado cumpla con la normativa y no tenga efectos nocivos para la salud o integridad física de las personas y así conseguir que el alumnado reflexione sobre la necesidad de establecer unas normas de seguridad e higiene personales y del producto, que las conozca y las ponga en práctica en el desarrollo de las actividades formativas, así como tomen conciencia de las posibles consecuencias de no cumplirlas. Se corregirá a los alumno/as que adopten posturas incorrectas a la hora de trabajar con el ordenador. 16 de octubre: Día Mundial de la Alimentación.

☒ Educación para la igualdad de oportunidades entre sexos, tomando una actitud abierta a nuevas formas organizativas basadas en el respeto, la cooperación y el bien común, prescindiendo de los estereotipos de género vigentes en la sociedad, profundizando en la condición humana, en su dimensión emocional, social, cultural y fisiológica, estableciendo condiciones de igualdad en el trabajo en equipo. Además, debe desarrollarse un uso del lenguaje no sexista y mantener una actitud crítica frente a expresiones sexistas a nivel

oral y escrito. 8 de marzo: Día Internacional de la Mujer. 19 de marzo: Día del Padre. Primer domingo de mayo: Día de la Madre. 10 de diciembre: Día de los Derechos Humanos. 20 de noviembre: Día de los derechos del niño y la niña.

7 Tecnologías de la información y de la comunicación, donde el alumnado valore e incorpore las NNTT, familiarizándose con los instrumentos que ofrece la tecnología para crear, almacenar, organizar, procesar, presentar y comunicar información. Utilizando las NNTT en la consulta de información técnica, en los informes, memorias y exposiciones orales y escritas. Una de las competencias clave de la educación es linformación y de las comunicaciones en el aprendizaje. Se promoverá con el uso de material audiovisual como informático.

Con los contenidos transversales conseguimos dotar al alumnado de una formación integral, que contribuya a su desarrollo como persona en todas sus dimensiones y no sólo como estudiante. La presencia de los temas transversales en el desarrollo curricular es responsabilidad de toda la comunidad educativa, especialmente del equipo docente, por eso deben estar presentes en el proyecto educativo de centro y en las programaciones didácticas. Estos temas transversales no suelen contar en las programaciones con una temporalidad propia, sino que la propia naturaleza de las mismas induce a cierta espontaneidad en su integración, por lo que aprovecharemos el momento en que ocurran acontecimientos en la sociedad para impregnar con estos contenidos la práctica educativa y el trabajo diario en el aula. El papel que juega el profesor en el campo de los valores es determinante en lo que respecta a su actitud personal en la organización y moderación de las actuaciones del alumnado y sobre todo en el desarrollo en el aula, que es donde se debe hablar de valores y comportamientos, así como de su aprendizaje.

4. METODOLOGÍA

Según el artículo 42.3 de la Ley Orgánica 2/2006 (LOE): “La formación profesional promoverá la integración de contenidos científicos, tecnológicos y organizativos y garantizará que el alumnado adquiera los conocimientos y

capacidades relacionadas con las áreas establecidas en la disposición adicional tercera de la Ley 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional”.

En estos objetivos debe basarse la metodología didáctica de los distintos módulos, como establece el artículo 8.6 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo: “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.” Por ello, en el módulo COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE se aplicarán métodos de aprendizaje basado en:

- La metodología didáctica de la formación profesional específica favorece en el alumnado la capacidad de **autoaprendizaje y el trabajo en equipo**.
- Se recomienda enfrentar a los alumnos y alumnas con la simulación de casos prácticos sobre procesos de trabajo lo más **cercano** posible a la **realidad** económica, con un grado creciente de dificultad.
- Se debe fomentar en todo momento la participación activa del alumnado mediante la realización de trabajos de investigación, participación en debates, expresión de las propias opiniones.
- Se propone una metodología basada en breves exposiciones teóricas acerca de técnicas y procedimientos fundamentales, seguidas de supuestos prácticos. Se pretende que los alumnos y alumnas sean capaces de utilizar las herramientas de consulta y aprendizaje necesarias. En este sentido, el alumno y la alumna deben acostumbrarse a obtener información de distintos manuales de referencia y medios de comunicación y a realizar trabajos de campo.
- Se seguirá una metodología **activa y participativa**, que facilite la interacción, fomente la responsabilidad sobre el aprendizaje asegure la motivación, favorezca la modificación o adquisición de nuevas actitudes y posibilite el desarrollo de habilidades.

El contenido del módulo COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE no debe impartirse aislado, sino en relación con otros del mismo título, en especial con el denominado de la información, en el que se adquieren conocimientos sobre procesadores de textos, herramienta imprescindible en la confección de la mayoría de los documentos. Por ello, habrá que trabajar ambos módulos de forma coordinada para que cuando el estudiante sea capaz de manejar con soltura la herramienta informática, pueda aplicarla en la elaboración de los documentos contemplados en este módulo.

Las **actividades didácticas** nos permitirán desarrollar las diferentes estrategias didácticas propuestas. La metodología didáctica vendrá determinada por el tipo de actividades desarrolladas y su secuencia a lo largo del proceso de enseñanza aprendizaje. Con respecto a esta última se distinguirán tres momentos o fases diferenciadas. En primer lugar, las actividades de iniciación, orientadas a explicar las concepciones del alumnado y a propiciar la motivación por el tema objeto de estudio. A continuación, las actividades de desarrollo, orientadas a la construcción del aprendizaje significativo de los contenidos que estructuran el tema, y por último, las actividades de recapitulación que tendrán por objeto la elaboración de síntesis y la evaluación sumativa de la unidad.

Así mismo, entre el material complementario se aportan distintos tipos de actividades orientadas a la atención a la diversidad, para trabajarlas en función del ritmo y nivel de aprendizaje de los alumnos/as:

- Actividades de refuerzo: orientadas a atender a aquellos alumnos que no han conseguido los aprendizajes previstos.
- Actividades de ampliación: que permiten construir nuevos conocimientos a los alumnos que han realizado de forma satisfactoria las actividades de comprobación del aprendizaje.
- Actividades grupales, de debate y de prensa.

Establecemos y priorizamos las siguientes recomendaciones metodológicas, para todas nuestras enseñanzas, en cumplimiento de los acuerdos expresados en el Proyecto Educativo de Centro en su punto R.2.5:

1. Las programaciones didácticas de las distintas materias incluirán actividades que estimulen el interés y el hábito de la lectura, la práctica de la expresión escrita y la capacidad de expresarse correctamente en público.
2. Se estimulará la reflexión y el pensamiento crítico en el alumnado, así como los procesos de construcción individual y colectiva del conocimiento, y se favorecerá el descubrimiento, la investigación, el espíritu emprendedor y la iniciativa personal.
3. Se desarrollarán actividades para profundizar en las habilidades y métodos de recopilación, sistematización y presentación de la información y para aplicar procesos de análisis, observación y experimentación, adecuados a los contenidos de las distintas materias.
4. Se emplearán metodologías activas que contextualicen el proceso educativo, que presenten de manera relacionada los contenidos y que fomenten el aprendizaje por proyectos, centros de interés, o estudios de casos, favoreciendo la participación, y la motivación de los alumnos y alumnas al dotar de funcionalidad y transferibilidad a los aprendizajes.
5. Las tecnologías de la información y de la comunicación para el aprendizaje y el conocimiento se utilizarán de manera habitual como herramientas integradas para el desarrollo del currículo.

En este sentido, siguiendo lo recogido en el punto R.2.5 del Proyecto Educativo, en esta materia se llevará a cabo el estudio de un caso por parte de los alumnos del curso, agrupados en grupos, que tiene las

siguientes características:

Título: Creación de un departamento de Marketing

Objetivos: Que los alumnos sean capaces de identificar la importancia de la imagen corporativa de una organización, distinguiendo entre publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas como forma de comunicación.

Criterios de evaluación afectados: RA1: *“Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas”*

Temporalización: Se llevará a cabo en la 2ª evaluación.

Producto final: Los alumnos, utilizando las TIC, presentarán los resultados de su análisis

5. EVALUACIÓN

La evaluación se concretará en un conjunto de acciones planificadas en diversos momentos del proceso formativo, lo que permite referirse a la evaluación, según el momento en el que se produzca, con los términos de inicial o diagnóstica, continua o formativa y final o sumativa; proporcionando en cada caso la información pertinente en el desarrollo de dicho proceso.

- Evaluación inicial o diagnóstica Proporciona información sobre la situación de partida de los alumnos al iniciar el ciclo formativo, con la finalidad de orientar la intervención educativa del modo más apropiado y así poder programar de forma más detallada. La evaluación inicial se realizará al comenzar el ciclo formativo y al inicio de cada unidad de trabajo, y aporta información para que el profesorado pueda tomar decisiones respecto al nivel de profundidad con el que se habrán de desarrollar los contenidos y las estrategias de aprendizaje a plantear en cada caso.
- Evaluación formativa Se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza aprendizaje, a través del análisis de los aprendizajes adquiridos por los alumnos/as y de la información recogida sobre la marcha del proceso formativo que se está desarrollando, permitiendo que el profesorado pueda realizar, en cada caso, un análisis de las dificultades encontradas y un replanteamiento de las estrategias que serían más adecuadas para el desarrollo de las capacidades terminales propuestas en el módulo.
- Evaluación sumativa Tiene por finalidad la valoración de los resultados del aprendizaje al finalizar una determinada fase del proceso formativo, tomando como referencia los criterios de

evaluación y los objetivos. La evaluación sumativa se realizará al final del ciclo formativo. Desde esta perspectiva, la evaluación sumativa conducirá a la acreditación profesional que garantiza haber adquirido las competencias y las capacidades requeridas para el desarrollo de la actividad profesional.

6.1. Criterios de evaluación

Los **criterios de evaluación** serán en todo momento el referente fundamental para realizar la evaluación del alumnado, que nos permitirán comprobar en qué grado y nivel se han alcanzado los resultados de aprendizaje del módulo. Estos criterios de evaluación se establecen en el Anexo I de la Orden de 11 de marzo de 2013, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas. A continuación, se relacionan los criterios de evaluación.

RA1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	Ponderación
a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.	15%
b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.	10%
c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.	10%
d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.	10%
e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.	10%
f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.	5%
g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.	10%
h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.	10%
i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.	10%
j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.	10%

RA2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	Ponderación
a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.	7%
b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.	15%
c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	7%
d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.	6%
e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.	15%
f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.	7%
g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.	15%
h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.	15%
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.	7%
j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.	6%

RA3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	Ponderación
a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.	5%
b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.	5%
c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.	5%
d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.	10%
e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.	30%
f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.	5%
g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.	10%
h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.	9%
i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.	10%
j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).	1%
k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.	10%

RA4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.	Ponderación
a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.	10%
b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.	10%
c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.	10%
d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.	10%
e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.	10%
f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.	15%
g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.	10%
h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	10%
i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.	10%
j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.	5%
k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.	5%

RA5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.	Ponderación
a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	25%
b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	10%
c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.	20%
d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.	10%
e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	10%
f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	10%
g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.	15%

RA6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.	Ponderación
a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	15%
b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	5%
c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	15%
d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	5%
e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	7%
f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.	10%
g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	5%

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	UTILIDAD PARA LA EVALUACIÓN
h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	25%
i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.	3%
j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.	8%

RA7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.	Ponderación
a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.	5%
b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.	5%
c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.	5%
d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.	20%
e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.	5%
f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.	25%
g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	5%
h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	5%
i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.	20%
j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	5%

<p>Técnicas de observación</p> <p>Actividades de clase:</p> <p>Individuales y en grupo</p>	<p>Se evalúa las actividades realizadas por el alumnado en clase de acuerdo con los modelos y documentos prácticos que tiene que realizar el alumnado sobre los contenidos teórico-prácticos estudiados, de forma individualizada y grupal.</p> <p>Se evalúa la correcta resolución de las actividades y la búsqueda de información en fuentes diversas.</p> <p>Se registran las actividades realizadas en el cuaderno del profesor, revelando aspectos significativos del buen hacer del alumnado y de su comportamiento.</p>
<p>Pruebas específicas de desarrollo y tipo test</p>	<p>Se evalúa el conocimiento teórico-práctico alcanzado por el alumnado mediante el estudio individualizado y el trabajo desarrollado en clase.</p> <p>Se evalúa la comprensión alcanzada por el alumnado sobre los contenidos teórico-prácticos incluidos en la prueba.</p>
<p>Pruebas específicas</p> <p>Pruebas prácticas</p>	<p>Se evalúa la capacidad del alumnado para abordar de forma práctica la resolución de un supuesto práctico globalizador sobre la actividad realizada durante un determinado periodo de tiempo.</p> <p>Se evalúa la forma de afrontar un supuesto práctico de forma individualizada a partir de las actividades realizadas en clase de forma individualizada y grupal, aplicando técnicas de trabajo cooperativo, y de todos los conocimientos adquiridos sobre la materia a evaluar.</p> <p>Se evalúa la correcta resolución de los supuestos y la búsqueda de información en fuentes diversas.</p>

6.2. Instrumentos de evaluación.

Son las técnicas, recursos o procedimientos utilizados para obtener información acerca de todos los factores que intervienen en el proceso formativo con la finalidad de poder llevar a cabo en cada momento la evaluación correspondiente. Conviene poner de manifiesto que la elección de una técnica determinada dependerá de las características de la información que es necesario obtener, en función de los aspectos a evaluar y del momento en que se lleve a cabo.

Después de realizadas las pruebas escritas, que serán entregadas a los alumnos ya corregidas, se comentarán en clase los resultados y se realizarán los ejercicios que constituyeron la prueba. En general, cualquier actividad de evaluación será corregida en clase.

6.3. Criterios de calificación

La evaluación conllevará una calificación que refleje los resultados del estudiante en su proceso de enseñanza-aprendizaje. De acuerdo con la Orden de 29 de septiembre de 2010, artículo 16: “las calificaciones de los módulos profesionales se expresarán en valores numéricos del 1 al 10, sin decimales. Se considerarán positivas las calificaciones iguales o superiores a 5, y negativas las restantes”.

Por tanto, el proceso de calificación supondrá establecer una calificación numérica a cada estudiante, que determine si ha alcanzado o no los resultados de aprendizaje. Con ello, el proceso de obtención de la calificación del módulo profesional se hará de la siguiente manera:

- ✓ Se calificarán los resultados de aprendizaje con una calificación del 1 al 10. La nota de un resultado de aprendizaje se calculará en base a los criterios de evaluación atribuidos.
- ✓ La nota de los criterios de evaluación se calculará en base a los instrumentos de evaluación asignados.
- ✓ La nota de las evaluaciones parciales será la nota ponderada de los criterios de evaluación desarrollados en el período correspondiente.
- ✓ La calificación final del módulo será determinada por la media ponderada de las calificaciones de los resultados de aprendizaje

Para poder superar el módulo en su totalidad, será necesario:

- ✓ Que la media ponderada de las calificaciones de los resultados de aprendizaje sea igual o mayor a 5 puntos sobre 10.
- ✓ Obtener una calificación numérica igual o superior a 4 puntos sobre 10 en cada uno de los resultados de aprendizaje, considerándose que todo alumnado que alcance dicha calificación:
- ✓ Posee las capacidades necesarias para alcanzar los objetivos generales del ciclo a los que este módulo contribuye
- ✓ Posee las capacidades necesarias para alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales del ciclo a las que este módulo contribuye

6.4. Sesiones de evaluación

Al menos, se celebrará **una sesión de evaluación parcial** y, en su caso, de calificación, **cada trimestre lectivo** y una **final** no antes del 22 de junio cada curso escolar. La sesión de evaluación consistirá en la reunión del equipo educativo que imparte docencia al mismo grupo, organizada y presidida por el tutor del grupo.

Evaluación inicial	Primera evaluación	Segunda evaluación
---------------------------	---------------------------	---------------------------

5 DE OCTUBRE (jueves)	4 DE DICIEMBRE (lunes)	20 DE MARZO (miércoles)
--------------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------

Tercera Evaluación	Evaluación Final
30 MAYO (jueves)	26 JUNIO (miércoles)

6.5. Sistemas y criterios de recuperación y plan de mejora.

La recuperación debe entenderse como actividad y no como examen de recuperación. Así, se trata una parte más del proceso de enseñanza-aprendizaje, teniendo en cuenta que se trata de evaluación continua y de una formación integral del alumno/a. Se iniciará cuando se detecte la deficiencia en el alumno/a sin esperar el suspenso. Realizando con el alumno/a actividades complementarias de refuerzo, apoyándole en aquellos puntos donde presente deficiencias, es muy probable que se evite la evaluación negativa.

Cuando el alumno/a no logre la superación de las deficiencias y fallos detectados y por tanto no hay alcanzado una valoración suficiente en cualquiera de los conceptos evaluados, se establecerán actividades específicas de recuperación.

Estas actividades podrán consistir, según la naturaleza de los conceptos, conocimientos y capacidades implicados en: resolución de cuestionarios, análisis y solución de casos y problemas, trabajos, informes, realización de estudios y exposiciones...

No olvidemos que es importante que el alumnado se sienta estimulado y orientado por el profesorado para corregir las diferencias que posee, haciéndole ver que puede alcanzar los objetivos propuestos.

En el caso de que el alumno/a no haya alcanzado algún resultado de aprendizaje al finalizar la 3ª evaluación, deberá acudir al Plan de refuerzo hasta 23 de junio. Durante este periodo, se deberán realizar por parte del alumnado todas las actividades propuestas por el profesorado, encaminadas a que el alumnado supere los resultados de aprendizaje no alcanzados durante las evaluaciones parciales y se llevarán a cabo las mismas técnicas e instrumentos utilizados durante el curso escolar. El alumnado sólo tendrá recuperar aquellos resultados de aprendizaje no alcanzados durante la evaluación o evaluaciones no superadas, y en concreto únicamente los criterios de evaluación no superados de cada resultado no conseguido.

Igual proceder se llevará a cabo para el alumnado que desee mejorar su calificación, éstos deberán acudir al Plan de Mejora.

6.6. Evaluación de los alumno/as de Fp Dual.

La evaluación de estos alumnos se realizará teniendo en cuenta la

información suministrada por el responsable laboral, que es quien realiza la valoración de éstos en el centro de trabajo, a través de las actividades realizadas en el mismo. Estas actividades se encuentran recogidas en el programa formativo. Para ello se ha diseñado un formulario drive que recogerá el grado de consecución de las actividades diseñadas y la actitud en la realización de éstas a lo largo de la duración del proyecto.

Como la calificación de los alumnos corresponde al profesorado del centro educativo, según acuerdo del Departamento de Administración, los RA correspondientes a la formación inicial y los impartidos en exclusiva en el centro se evaluarán de acuerdo a lo indicado en el apartado 6.3 de esta programación.

Los Resultados de Aprendizaje en alternancia en la empresa, se evaluarán teniendo en cuenta los resultados recogidos en el formulario y serán tenidos en cuenta a la hora de la calificación del módulo con la siguiente ponderación en la 2ª y 3ª evaluación.

2ª evaluación:25 %

3ª evaluación 40%. Para superar el módulo tendrá que tener una nota mínima de un 4 en la formación en alternancia alcanzada en el centro educativo.

La Distribución de los resultados de aprendizaje entre el centro y las empresas es la siguiente:

Formación inicial: Contenidos teóricos del RA1, RA2, RA3, RA4

Formación en alternancia en la empresa:RA1, RA2,RA3, RA4, RA5, RA6 y RA7

Formación en alternancia en el centro educativo: Todos los RA del módulo excepto RA5

6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

En nuestras aulas, nos encontramos con un alumnado muy variopinto. Esta diversidad está originada por múltiples motivos: diferentes capacidades, ritmos y estilos de aprendizaje, motivaciones, intereses, situaciones socioeconómicas y culturales, lingüísticas y de salud del alumnado, con la finalidad de facilitar la adquisición de las competencias profesionales personales y sociales, el logro de los objetivos generales y los resultados de aprendizaje y la correspondiente titulación.

A raíz de esta realidad, el nuevo sistema educativo español, incide de manera especial en la “educación desde la diversidad”.

Por tanto, este apartado ha resultado clave en el diseño de esta programación, facilitando a cada individuo, en relación con sus capacidades individuales, la consecución de los resultados de aprendizaje propuestos.

Los métodos deben partir de la perspectiva del profesorado como orientador, promotor y facilitador del desarrollo en el alumnado, ajustándose al nivel competencial inicial de este y teniendo en cuenta la atención a la diversidad y el respeto por los distintos ritmos y estilos de aprendizaje mediante prácticas de trabajo individual y cooperativo. Atención a la diversidad según la normativa vigente.

Tanto la **LOE, LEA**, como la **Orden de 25 de julio de 2008**, pretenden actuaciones en los siguientes capítulos de diversidad en el aula:

1. Equidad en la educación
2. Necesidades educativas especiales
3. Altas capacidades intelectuales
4. Integración tardía en el sistema educativo español
5. Compensación de las desigualdades en educación.

7.1.1. Equidad en la educación

A fin de garantizar la **equidad**, el título II de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, aborda el alumnado que requiere una atención educativa diferente a la ordinaria y establece los recursos precisos para acometer esta tarea con el objetivo de lograr su plena inclusión e integración.

7.1.2. Alumnado que presenta necesidades educativas especiales

Alumnado que requiera, por un periodo de su escolarización o a lo largo de toda ella, determinados apoyos y atenciones educativas específicas derivadas de discapacidad o trastornos graves de conducta.

Formación Profesional
Los centros de formación profesional desarrollarán los currículos establecidos por la Administración educativa correspondiente de acuerdo con las características y expectativas del alumnado, con especial atención a las necesidades de aquellas personas que presenten una discapacidad, y las posibilidades formativas del entorno, especialmente en el módulo profesional de formación en centros de trabajo.
Los procesos de evaluación se adecuarán a las adaptaciones metodológicas de las que haya podido ser objeto el alumnado con discapacidad y se garantizará su accesibilidad a las pruebas de evaluación.
Cuando se trate de personas adultas se prestará una atención adecuada, en condiciones de accesibilidad y con los recursos de apoyo necesarios, en cada caso, a las personas con discapacidad.
Se establecerán las medidas e instrumentos necesarios de apoyo y refuerzo para facilitar la información, orientación y asesoramiento a las personas con discapacidad.
Las Administraciones educativas establecerán un porcentaje de plazas reservadas para alumnado con discapacidad, que no podrá ser inferior al cinco por ciento de la oferta de plazas.
El alumnado dispondrá de los medios y recursos que se precisen para acceder y cursar estas enseñanzas.
Para este alumnado se adaptará el currículo a sus intereses y posibilidades, adaptando los contenidos a mínimos y utilizando una metodología que permita alcanzar los objetivos mínimos del módulo. Se propondrán diversas actividades de refuerzo, como glosarios, trabajos grupales, etc.

7.1.3. Alumnado con altas capacidades intelectuales.

Se propondrán actividades de ampliación, fundamentalmente búsqueda de información a través de Internet para su análisis y exposición al resto del grupo de clase. Así mismo se propondrá diversos libros de lectura relacionados con la actualidad y objetivos del currículo.

7.1.4. Alumnado con integración tardía en el sistema educativo español

La sección tercera del capítulo I del título II de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, aborda al alumnado que se incorpore de forma tardía al sistema educativo español, por proceder de otros países o por cualquier otro motivo, y lo incluye dentro del **alumnado con necesidad específica de apoyo educativo**.

7.1.5. Educación Compensatoria

La atención a la diversidad comporta la exigencia de proporcionar una educación de calidad a todos los ciudadanos de ambos sexos, en todos los niveles del sistema educativo. *Se trata de conseguir que todos los ciudadanos alcancen el máximo desarrollo posible de todas sus capacidades, individuales y sociales, intelectuales, culturales y emocionales para lo que necesitan recibir una educación de calidad adaptada a sus necesidades.* Al mismo tiempo, se les debe garantizar una igualdad efectiva de oportunidades, prestando los apoyos necesarios, tanto al alumnado que lo requiera como a los centros en los que están escolarizados.

Más adelante, en el Capítulo I del Título Preliminar, la Ley establece el principio de equidad para hacer efectiva la igualdad de oportunidades. Asimismo, la inclusión educativa y la no discriminación deben actuar como elementos compensadores de las **desigualdades personales, culturales, económicas y sociales, con especial atención a las que deriven de discapacidad** y del principio de flexibilidad para adecuar la educación a la diversidad de aptitudes, intereses, expectativas y necesidades del alumnado, así como los cambios que experimentan el alumnado y la sociedad.

La Ley trata asimismo de la compensación de las desigualdades a través de programas específicos desarrollados en centros docentes escolares o zonas geográficas donde resulte necesaria una intervención educativa compensatoria, y a través de las becas y ayudas al estudio que tienen como objetivo garantizar el derecho a la educación a los estudiantes con condiciones socioeconómicas desfavorables.

La programación de la escolarización en centros públicos y privados concertados debe garantizar una adecuada y equilibrada distribución entre los centros escolares de los alumno/as con necesidades de apoyo educativo.

Con el fin de hacer efectivo el principio de igualdad en el ejercicio del derecho a la educación la Ley en su título II, capítulo II establece que las Administraciones públicas desarrollarán acciones de carácter compensatorio en relación con las personas, grupos y ámbitos territoriales que se encuentren en situaciones desfavorables y proveerán los recursos económicos y los apoyos precisos para ello.

Las Administraciones educativas de las Comunidades Autónomas con competencias en materia educativa plenamente transferidas han puesto en marcha diversas acciones para dar respuesta conveniente a la interculturalidad.

Para atender debidamente a este tipo de alumnado contamos con la colaboración del departamento de orientación de centro

7.2. La Atención a la Diversidad en mi práctica docente. Medidas a

tener en cuenta.

Las medidas de atención a la diversidad afectan a la organización en el ámbito del centro y del aula. La atención individualizada entra en el terreno de las adaptaciones curriculares. Las adaptaciones curriculares significativas no están contempladas en Formación Profesional, es por ello que, sólo se podrán contemplar medidas no significativas de acceso al currículo.

De esta forma, para atender a la diversidad, se proponen las siguientes actividades:

- **Actividades iniciales**, que ayuden al profesor a identificar contenidos previos que posee el grupo de alumnos.
- **Actividades de desarrollo**: secuenciadas según el grado de complejidad. La secuenciación graduada de actividades hace posible trabajar los mismos contenidos con diferentes niveles de estudio para atender a la diversidad del alumnado.
- **Actividades de refuerzo**: con el fin de ayudar a aquellos alumnos que precisan corregir y consolidar determinados contenidos.
- **Actividades de ampliación**: para aquellos alumnos que puedan avanzar con rapidez y profundizar en los contenidos tratados mediante un trabajo más autónomo.
- **Actividades de evaluación**: para valorar el aprendizaje de los alumnos y profundizar en aquellos aspectos que precise cada uno de ellos.

En cuanto a las actuaciones que llevaremos a cabo con los distintos tipos de **alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo**:

a) **Alumnado con Necesidades Educativas Especiales**: En el aula nos podemos encontrar: alumnado con déficit físico, psíquico o sensorial. Se intentará que este tipo de alumnado sea autosuficiente en el mayor grado posible, por lo que el aula se diseñará de forma funcional, también se pueden establecer cambios de actividades, potenciación de la integración social, etc.

b) **Alumnado con alta capacidad intelectual**. Las actividades de ampliación son un recurso para este tipo de alumnado, así como la variación y su grado en diferentes niveles de dificultad.

c) **Alumnado con necesidades educativas especiales asociadas a condiciones sociales desfavorecidas**. Ante este tipo de alumnado, lo más idóneo es comenzar con un plan de acogida, después para trabajar sus necesidades son necesarias actividades que fomenten la autoestima, las relaciones sociales, la cooperación, etc. d) **Alumnado Extranjero**. Se actuará sobre dos aspectos inicialmente: +

- La socialización e integración del alumnado en el grupo.
- El conocimiento y desarrollo del lenguaje.

8. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Entendemos por recursos todos aquellos medios empleados para apoyar, complementar, reforzar o evaluar el proceso de enseñanza aprendizaje. Para

el desarrollo de esta programación se emplearán todos los medios y recursos didácticos que el Centro educativo pone a nuestro alcance y aquellos otros del entorno que ayuden a optimizar el proceso de enseñanza aprendizaje. Los recursos se pueden clasificar en dos grandes grupos:

- Recursos espaciales. comprenden desde la conformación flexible y funcional del espacio del aula hasta la utilización de los distintos espacios del centro y los ambientes que, fuera de él puedan cooperar en el tratamiento de los contenidos. Utilizaremos los recursos del entorno, principalmente para la realización de las actividades complementarias.
- Recursos materiales del centro que a su vez los podemos clasificar en:
 - ✓ Materiales tecnológicos e informáticos: presentaciones elaboradas por el propio docente o editoriales.
 - ✓ Propios del aula: pizarra, proyector, mobiliario.
 - ✓ Apuntes y esquemas elaborados por el docente y/o departamento.
 - ✓ Libro de texto: Comunicación y atención al Cliente. Editex
 - ✓ Recursos web: diferentes páginas web al que el alumnado podrá acceder, fomentando así las *actividades de investigación y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación*.

9. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Se entiende por actividades complementarias aquellas actividades que, formando parte de una programación docente y realizándose fundamentalmente durante el horario lectivo, tienen un carácter diferenciado, bien por el momento o el lugar en que se realizan, bien por los recursos o la implicación del Centro. Estas actividades serán obligatorias para profesorado y alumnado.

Las actividades complementarias que realizaremos durante el horario lectivo y se desarrollarán fuera del centro serán:

- **Visita a empresa andaluza Inés Rosales:** Dirigido al alumnado 1º curso de grado medio de Técnico en Gestión Administrativa y 1º de grado Superior de Administración y Finanzas. Los alumnos recorrerán las instalaciones junto al responsable de la organización, el cual explicará a los alumnos la gestión de la empresa. Les transmitirá las dificultades que afrontan las PYMES debido a la inflación y al aumento generalizado de los precios y como su compañía ha sabido sortearla reinventado fórmulas para salir a flote y medidas que consideran necesarias para superarla.
- **Charla- coloquio “Sistema Tributario Español”.** Un responsable de la AEAT visitará el centro para concienciar al alumnado de la importancia de los tributos en nuestro sistema tributario. Respecto a las **actividades extraescolares** son aquellas actividades educativas que se realizan con el alumnado fuera del tiempo lectivo. La participación será voluntaria para el alumnado y profesorado; por ello, no podrán contener enseñanzas incluidas en la programación docente de cada curso o ciclo.

Hasta el momento no hay ninguna actividad extraescolar prevista para el alumnado de 1º de Administración y Finanzas

ANEXO I

Unidad de trabajo 1. La empresa un mundo por conocer.			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 1	Instrumentos de Evaluación
1. Qué es la empresa. 2. Los elementos de la empresa. 3. Tipos de organización. 4. La organización formal. 5. La organización informal. 6. Las funciones de la empresa. 7. La función de dirección.	n) Se ha definido qué es una empresa e identificado sus factores productivos. o) Se han analizado los fines de la empresa. p) Se han identificado los elementos de la empresa describiendo el factor humano, el capital, la organización y el entorno. q) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas. r) Se ha definido la organización formal de la empresa. s) Se ha distinguido entre las diferentes formas de departamentalización de la empresa. t) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad. u) Se ha definido la organización informal de la empresa. v) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado. w) Se han relacionado las funciones tipo en la empresa: técnica, financiera, comercial, dirección y de personal. x) Se ha definido la organización formal de la empresa y su departamentalización. y) Se ha identificado la estructura organizativa. z) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.	<ul style="list-style-type: none"> • Determina la forma de organización de una empresa. • Clasifica los factores productivos de una empresa. • Distingue entre objetivos y subobjetivos. • Clasifica los elementos de una empresa. • Clasifica las empresas atendiendo a diversos criterios. • Diseña y realiza organigramas. • Distingue entre organización formal e informal. • Distingue las distintas áreas de la empresa. • Conoce los estilos de liderazgo. <p>Competencias clave:</p> <p>1. Autonomía en la realización de los supuestos prácticos.</p> <p>2. Innovación en la organización del trabajo.</p> <p>Responsabilidad en el cumplimiento de las tareas encomendadas.</p> <p>3. Trabajo en equipo.</p> <p>4. Resolución actividades propuestas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Presentación de prácticas profesionales <p>Participación en el aula, iniciativa,</p>
Metodología			
El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los			

alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.

A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.

Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Cada alumno deberá tener una carpeta archivador y un sistema de almacenamiento digital en el que se guardarán, de forma ordenada, todas las actividades y prácticas realizadas a lo largo del curso.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Unidad de trabajo 2. La comunicación en la empresa			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 1	Instrumentos de Evaluación
1. El proceso de comunicación. 2. Las barreras en la comunicación. 3. Tipos de comunicación. 4. La comunicación interna. 5. La comunicación externa. 6. Identidad e imagen corporativa.	h) Se han identificado los elementos y fases del proceso comunicativo. i) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación. j) Se han definido los canales y tipos de comunicación formal a partir del organigrama de la empresa. k) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales, valorando su influencia l) Se han descrito los distintos tipos de comunicación que la empresa mantiene con el exterior. m) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización n) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce los elementos, fases del proceso de comunicación, así como las barreras que pueden interferir en dicho proceso. • Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre externas e internas, formales e informales. • Conoce los principales elementos para transmitir la imagen corporativa de una organización en sus comunicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos Participación en el aula, iniciativa.

Metodología

El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.

A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.

Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Cada alumno deberá tener una carpeta archivador y un sistema de almacenamiento digital en el que se guardarán, de forma ordenada, todas las actividades y prácticas realizadas a lo largo del curso.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Unidad de trabajo 4. La comunicación escrita en la empresa			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 3	Instrumentos de Evaluación
<p>La comunicación escrita</p> <p>Abreviaturas y siglas.</p> <p>La carta comercial.</p> <p>Elaboración de cartas comerciales</p> <p>Tipos de cartas comerciales. 6.</p> <p>La carta circular.</p>	<p>i) Se han identificado las siglas y abreviaturas más utilizadas en la actividad empresarial.</p> <p>j) Se han aplicado normas ortográficas y gramaticales en la redacción de textos.</p> <p>k) Se han diferenciado cada uno de los elementos que componen la carta comercial.</p> <p>l) Se han identificado los distintos tipos de cartas que pueden elaborarse en función de su finalidad.</p> <p>m) Se han redactado cartas comerciales, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.</p> <p>n) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición, así como sus herramientas de corrección.</p> <p>o) Se ha redactado el documento apropiado cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maneja las abreviaturas y siglas que se emplean con más frecuencia en el mundo empresarial. • Identifica la estructura de una carta comercial y las partes que la componen y los distintos tipos que pueden elaborarse en función de su finalidad. • Elabora cartas comerciales aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pruebas escritas • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa

	partida. p) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.		
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.</p> <p>De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.</p> <p>Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.</p>			

Unidad de trabajo 5. Documentos profesionales			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 3	Instrumentos de Evaluación
1. Comunicaciones internas 2. Comunicaciones con la Administración. 3. Otros escritos 4. Soportes de los documentos escritos.	i) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. j) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo. k) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional. l) Se ha redactado el documento apropiado cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. m) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección. n) Se han identificado los soportes y canales para elaborar y transmitir los documentos. o) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce los distintos tipos de documentos escritos que se utilizan en la empresa e identifica cada una de sus partes. • Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita: • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa,

	rapidez, seguridad y confidencialidad. p) Se ha utilizado correctamente el correo electrónico para la elaboración y transmisión de mensajes escritos.		
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.</p> <p>De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.</p> <p>Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.</p>			

Unidad de trabajo 9: La comunicación 2.0			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 3	Instrumentos de Evaluación
1. La comunicación 2.0. 2. Plataformas de comercio electrónico. 3. Las redes sociales. 4. Mensajería instantánea. 5. El <i>emailmarketing</i> . 6. Los blogs.	j) Se ha comprendido la importancia de la comunicación 2.0 y sus distintas variantes. k) Se han analizado las funciones del community manager en la empresa. l) Se han enumerado los requisitos de la comunicación 2.0. m) Se han conocido distintas plataformas de comercio electrónico, así como sus ventajas e inconvenientes. n) Se han analizado los puntos	<ul style="list-style-type: none"> • Clasifica distintos tipos de comunicación. • Conoce la función de un community manager y las diversas estrategias que pueden llevar a cabo. • Utiliza la plataforma de e-commerce Shopify. • Enumera e identifica distintas redes sociales. • Registra y utiliza una cuenta en Facebook. • Registra y utiliza una cuenta en Instagram. • Registra y publica contenidos en Youtube. • Registra y crea tableros en Pinterest. • Registra y utiliza una cuenta en LinkedIn. • Registra y utiliza una cuenta en Twitter. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa

	<p>fuertes de las redes sociales.</p> <p>o) Se ha interactuado con distintas redes sociales.</p> <p>p) Se han analizado e interactuado con distintas aplicaciones de mensajería instantánea.</p> <p>q) Se ha comprendido el uso del email <i>marketing</i> y su importancia en la comunicación 2.0</p> <p>r) Se han identificado los beneficios del blog de empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza las aplicaciones de mensajería WhatsApp y Telegram. • Crea una cuenta de correo electrónico y utiliza listas de correo. • Utiliza aplicaciones para la creación de blogs. 	
--	--	---	--

Metodología

El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.

A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.

Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

2º EVALUACIÓN

Unidad de trabajo 3. La comunicación oral		Temporalización: 17 horas	
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 2	Instrumentos de evaluación
<p>La comunicación oral</p> <p>La comunicación no verbal</p> <p>Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.</p> <p>Comunicaciones presenciales en el ámbito profesional.</p> <p>Comunicaciones no presenciales.</p>	<p>i) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación oral.</p> <p>j) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.</p> <p>k) Se ha valorado la importancia de las habilidades sociales y reglas de protocolo.</p> <p>l) Se han tenido en cuenta las costumbres sociales y los usos empresariales.</p> <p>m) Se han identificado los principales tipos de comunicaciones orales presenciales que se desarrollan en el ámbito empresarial.</p> <p>n) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.</p> <p>o) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.</p> <p>p) Se han realizado exposiciones orales, recepciones de visitas y llamadas telefónicas (entrantes y salientes) aplicando técnicas de comunicación y adaptando el léxico y las expresiones al tipo de comunicación y a los interlocutores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica los principios básicos de la comunicación oral. • Comprende y aplica los componentes de la comunicación no verbal. • Aplica las habilidades sociales y las normas de protocolo y los usos y costumbres sociales y empresariales. • Transmite y recibe información de forma verbal y no verbal, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita y oral: • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.</p> <p>De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será</p>			

necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Asimismo, en esta unidad, se realizará también unas pruebas orales que podrán consistir en la realización de una exposición oral, simulación de comunicaciones telefónicas, entrevistas, recepción de visitas etc.

Unidad de trabajo 6. Gestión de la correspondencia			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 4	Instrumentos de Evaluación
1. Entrada de correspondencia 2. Salida de correspondencia 3. Servicios postales 4. Medios telemáticos para la correspondencia.	h) Se han identificado las fases del proceso de entrada y salida de correspondencia i) Se han registrado las entradas y salidas de correo en los correspondientes libros-registro. j) Se han identificado los principales servicios de mensajería y paquetería ofrecidos por Correos. k) Se han seleccionado el servicio de mensajería y paquetería más conveniente en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad. l) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos. m) Se ha realizado correctamente la gestión y mantenimiento del correo electrónico. n) Se ha valorado la importancia de os medios telemáticos y la firma digital en la correspondencia electrónica y en los trámites con la administración pública.	<ul style="list-style-type: none"> • Determina los procesos de entrada y salida de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de las tareas. • Reconoce y sabe utilizar libros de registro de correo, anotando entradas y salidas del mismo. • Diferencia los distintos servicios de mensajerías ofrecidas por el sector privado, y por el sector público y utiliza aquel que mejor se adapte a las necesidades. • Conoce y aplica los medios y procedimientos telemáticos para la gestión de correspondencia y realización de trámites con la Administración Pública. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa,
Metodología			
El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.			
A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la			

unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto. Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Unidad de trabajo 7. Clasificación y archivo de la información			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 4	Instrumentos de Evaluación
1. La documentación. 2. Sistemas de clasificación y ordenación. 3. El archivo: naturaleza y finalidad 4. El archivo convencional 5. El archivo informático 6. Seguridad y confidencialidad	i) Se conocen las ventajas e inconvenientes de los distintos sistemas de clasificación y ordenación, determinando el más apropiado al tipo de documento. j) Se ha clasificado y ordenado la información según distintos criterios. k) Se ha diferenciado entre los distintos tipos de archivos existentes. l) Se han identificado los soportes de archivo más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar. m) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo convencional. n) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación. o) Se ha respetado la normativa sobre protección de datos, seguridad, acceso a la información y conservación de documentos	<ul style="list-style-type: none"> • Determina el sistema de clasificación, registro y archivo más apropiado al tipo de documento. • Conoce la finalidad y los tipos de archivo existentes, así como los soportes, técnicas y procedimientos a utilizar. • Conoce la normativa de protección de datos y aplica medidas de seguridad y confidencialidad de la información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa

	p) Se han aplicado las técnicas de las 3 R en la elaboración y archivo de la documentación.		
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.</p> <p>De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.</p> <p>Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.</p> <p>Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.</p>			

Unidad de trabajo 8: La imagen de la empresa. El marketing		Temporalización: xx horas	
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 1	Instrumentos de Evaluación
1. El <i>marketing</i> 2. El departamento de <i>marketing</i> 3. El plan de <i>marketing</i> 4. El <i>marketing mix</i> 5. La publicidad 6. Las relaciones públicas 7. La promoción de ventas. 8. La venta	o) Se ha comprendido la definición e importancia del <i>marketing</i> en las empresas en la actualidad. p) Se han identificado los distintos tipos de <i>marketing</i> que las empresas pueden llevar a cabo hoy en día. q) Se ha valorado la importancia del departamento de <i>marketing</i> . r) Se han reconocido las funciones principales del <i>marketing</i> . s) Se han analizado los distintos tipos de organización del departamento de <i>marketing</i> . t) Se comprendido la función del plan de <i>marketing</i> . u) Se ha analizado la estructura del plan de <i>marketing</i> . v) Se han analizado las políticas que componen el <i>marketing mix</i> . w) Se ha valorado la importancia de la publicidad, así como sus características y objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce las redes sociales, así como su pretensión. • Organiza un departamento de <i>marketing</i> atendiendo a diversos criterios. • Realiza el análisis DAFO a partir de unos datos aportados. • Elabora el presupuesto de un plan de <i>marketing</i>. • Clasifica los anuncios publicitarios atendiendo a diversos criterios. • Identifica las técnicas enfocadas a las relaciones públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa

personal. 9. la responsabilidad social corporativa	x) Se han enumerado los distintos tipos de publicidad, así como los principales medios publicitarios. y) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y de la <i>publicity</i> . z) Se han enumerado las herramientas en la promoción de ventas, así como su importancia. aa) Se ha valorado la importancia de la venta personal y analizado sus características. bb) Se ha entendido el valor que le otorga a la empresa la responsabilidad social corporativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica las herramientas utilizadas en la promoción de ventas. • Enumera las cualidades de los vendedores. • Analiza el comportamiento de los vendedores y de los compradores en la venta personal. • Aprecia las ventajas que suponen la responsabilidad social corporativa. 	
---	--	---	--

Metodología

El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.

A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.

Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Cada alumno deberá tener una carpeta archivador y un sistema de almacenamiento digital en el que se guardarán, de forma ordenada, todas las actividades y prácticas realizadas a lo largo del curso.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

3º EVALUACIÓN

Unidad de trabajo 10: La atención al cliente			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 5	Instrumentos de Evaluación
1. El cliente 2. Las necesidades de los clientes. 3. ¿Por qué compran los clientes? 4. ¿Cómo compran los clientes? 5. El departamento de atención al cliente. 6. El proceso de atención al cliente. 7. El contacto con el público.	j) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. k) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. l) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones. m) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente. n) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. o) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. p) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se comenten en la comunicación con el cliente/usuario. q) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. r) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce e identifica a distintos tipos de clientes. • Asocia distintos tipos de necesidades con productos o servicios. • Conoce las distintas necesidades según Maslow. • Clasifica los distintos productos y servicios según el tipo de interés que ocasiona su compra. • Analiza los factores internos y externos que producen una compra. • Define y clasifica el proceso de compra. • Identifica las funciones que realiza el servicio posventa y la calidad que debe tener en su día a día. • Identifica y clasifica las fases del proceso de atención al cliente. • Distingue las características que deben de tener las fuerzas de ventas en la atención al público 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa
Metodología			
<p>El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.</p> <p>A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.</p> <p>Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.</p> <p>De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será</p>			

necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Cada alumno deberá tener una carpeta archivador y un sistema de almacenamiento digital en el que se guardarán, de forma ordenada, todas las actividades y prácticas realizadas a lo largo del curso.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Unidad de trabajo 11: El servicio posventa			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 7	Instrumentos de Evaluación
1. El valor del producto. 2. El servicio posventa. 3. La calidad en el servicio posventa. 4. Fases para la gestión de la calidad. 5. Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad. 6. La fidelización. 7. El CRM como herramienta de gestión.	j) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales. k) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa. l) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa. m) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente. n) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de venta. o) Se han descrito las herramientas de gestión de un servicio posventa. p) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes. q) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. r) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce el valor del producto como elemento fidelizador del producto. • Identifica los distintos tipos de servicios posventa. • Clasifica los servicios posventa en instalación, mantenimiento o reparación. • Identifica los servicios de atención al cliente. • Clasifica los servicios de atención al cliente en asesoramiento o servicios de reclamaciones y quejas. • Conoce la calidad en el servicio posventa. • Clasifica los componentes de la calidad en interna y externa. • Determina el nivel de calidad que tiene un servicio posventa. • Conoce las fases para la gestión de la calidad. • Clasifica las acciones de calidad que se desempeñan en un servicio posventa. • Conoce distintas técnicas y herramientas para la gestión de la calidad. • Conoce la fidelización y las causas que pueden provocarla en el cliente, • Conoce y utiliza algunas técnicas de fidelización. • Identifica softwares CRM y valora sus beneficios e importancia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Casos prácticos • Participación en el aula, iniciativa, asistencia y puntualidad, actitud e

Metodología

El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.

A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.

Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.

Unidad de trabajo 12: El consumidor y sus derechos			
Contenido	Criterios de evaluación	Resultados de Aprendizaje 6	Instrumentos de Evaluación
La protección del consumidor. Las instituciones que nos protegen. Las reclamaciones. La mediación. El arbitraje de	i) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. j) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. k) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce al consumidor o usuario como individuo al que hay que proteger. • Identifica los derechos y deberes del consumidor. • Concreta los derechos de los consumidores ante diversas situaciones. • Localiza y asocia la información de las etiquetas en los productos. • Conoce las instituciones públicas y privadas que protegen al consumidor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita • Realización de actividades • Presentación de prácticas profesionales • Participación en el aula, iniciativa,

<p>consumo. Las compras transfronterizas</p>	<p>l) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente. m) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. n) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. o) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor. p) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica las instituciones que protegen al consumidor en su entorno. • Conoce y rellena con exactitud una hoja de reclamaciones. • Conoce y rellena con exactitud una solicitud de mediación. • Conoce y rellena con exactitud un formulario de reclamación transfronteriza. 	
--	---	---	--

Metodología

El planteamiento de cada unidad se iniciará con una evaluación inicial o diagnóstica con la finalidad de obtener un conocimiento real de las características de los alumnos, se utilizarán para ello las cuestiones que se plantean al inicio de cada unidad en el apartado «Estudio del caso», dentro de la práctica profesional inicial, del libro de texto de la editorial Editex.

A continuación, el profesor introducirá los contenidos de la misma, proponiendo la resolución de las actividades intercaladas entre los apartados que componen la unidad. Posteriormente se propondrá la resolución tanto de las actividades finales como de las prácticas profesionales propuestas del mismo libro de texto.

Estas actividades de aprendizaje (de forma individual y/o en grupo) pretenden propiciar la motivación, la iniciativa y el proceso de auto aprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información e intentan, además, conectar el aula con el mundo real: empresas, profesionales y organismos públicos que conforman el entorno profesional y de trabajo del alumno a quien se quiere formar.

De esta manera trataremos de asegurar la construcción de aprendizajes significativos para que los alumnos sean capaces de aprender a aprender. Por tanto, será necesario orientar las actividades de aprendizaje de manera que fomenten la autonomía en la adquisición de los aprendizajes y también poner de relieve la vinculación de cada módulo con el mundo del trabajo, afianzando con ello una Formación Profesional motivadora y apropiada al perfil del título.

Se impulsará la participación activa del alumnado simulando casos prácticos (con la ayuda de las prácticas profesionales de cada unidad del libro de Editex) sobre cuestiones de trabajo que resulten lo más parecidos posible a la realidad laboral, con un grado creciente de dificultad. Se utilizará una metodología activa y participativa, que fomente la responsabilidad del alumnado, su motivación, su actitud positiva y sus capacidades.

Al finalizar cada unidad los alumnos deberán realizar una prueba escrita que incluye preguntas teóricas, de razonamiento y supuestos prácticos.