

Índice

1. CONSIDERACIONES PREVIAS	Pág. 3
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO	Pág. 4
3. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO	Pág. 5
4. UNIDADES DE COMPETENCIA ASOCIADAS	Pág. 6
5. TEMPORALIZACIÓN	Pág. 9
6. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO	Pág. 10
7. METODOLOGÍA	Pág. 19
8. EVALUACIÓN	Pág. 21
9. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	Pág. 22

1. CONSIDERACIONES PREVIAS

Esta programación ha sido redactada de forma genérica y debe ser considerada como una orientación para que el docente pueda redactar su propia programación de aula.

La normativa que rige este módulo se expone a título orientativo, teniendo en cuenta que, además, habrá que incluir la propia de cada comunidad autónoma.

Por otro lado, al distribuir la carga horaria del módulo se toma como referencia uno de los muchos modelos que existen en el sistema educativo, teniendo en cuenta que prácticamente cada comunidad autónoma aplica su propia carga horaria y que fija unos criterios de cumplimiento propios, que pueden variar o no.

Se ha prescindido de algunos puntos en la redacción, como pueden ser los criterios de calificación, el procedimiento de reclamación o las actividades complementarias y extraescolares. Se ha hecho así porque estos apartados normalmente se consensúan en cada departamento y, en consecuencia, no se ha querido fijar ninguna directriz.

También se han omitido algunos apartados en las unidades de trabajo, como los recursos didácticos o las actividades de enseñanza/aprendizaje. Sin embargo, en el

libro de texto se proporcionan dichas actividades y los recursos necesarios para llevarlas a cabo. Además, dependiendo de los recursos con que se cuente en el centro se podrán ampliar o reducir estos apartados.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO

El Ciclo de Formación Profesional Básica en Servicios Administrativos se articula en el Anexo I del Real Decreto 127/2014, de 28 de febrero, por el que se regulan aspectos específicos de la Formación Profesional Básica de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo, se aprueban catorce títulos profesionales básicos, se fijan sus currículos básicos y se modifica el Real Decreto 1850/2009, de 4 de diciembre, sobre expedición de títulos académicos y profesionales correspondientes a las enseñanzas establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

No obstante, cada comunidad autónoma regula los perfiles profesionales de los ciclos de FPB en su ámbito de gestión, por lo que la concreción curricular de base para la redacción de esta programación será el que establezca su comunidad autónoma.

Independientemente de esto, el ciclo de FPB también está regulado por la siguiente normativa:

- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de mayo, para la Mejora de la Calidad Educativa.
- Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, mediante la que se crea el Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales, cuyo instrumento fundamental es el Catálogo General de Cualificaciones Profesionales.
- Real Decreto 107/2008, de 1 de febrero, por el que se complementa el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, mediante el establecimiento de siete cualificaciones profesionales correspondientes a la familia profesional de Administración y Gestión.

En el Real Decreto 107/2008 se define la cualificación profesional Operaciones Auxiliares de Servicios Administrativos y Generales.

Esta cualificación comprende varias unidades de competencia, cubiertas por el módulo profesional Atención al cliente, código 3005, que son el objetivo de esta programación didáctica.

3. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO

- Reconocer las normas de cortesía y las situaciones profesionales en las que son aplicables para atender al cliente.
- Atender al cliente, utilizando las normas de cortesía y demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades.
- Comparar y seleccionar recursos y ofertas formativas existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida para adaptarse a las nuevas situaciones laborales y personales.
- Desarrollar la iniciativa, la creatividad y el espíritu emprendedor, así como la confianza en sí mismo, la participación y el espíritu crítico para resolver situaciones e incidencias tanto de la actividad profesional como de la personal.
- Desarrollar trabajos en equipo, asumiendo sus deberes, respetando a los demás y cooperando con ellos, actuando con tolerancia y respeto para la realización eficaz de las tareas y como medio de desarrollo personal.
- Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para informarse, comunicarse, aprender y facilitarse las tareas laborales.
- Relacionar los riesgos laborales y ambientales con la actividad laboral con el propósito de utilizar las medidas preventivas correspondientes para la protección personal, evitando daños a las demás personas y en el medio ambiente.
- Desarrollar las técnicas de su actividad profesional asegurando la eficacia y la calidad en su trabajo, proponiendo, si procede, mejoras en las actividades de trabajo.
- Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.
- Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral, utilizando las ofertas formativas a su alcance y localizando los recursos mediante las tecnologías de la información y la comunicación.
- Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, empleando criterios de calidad y eficiencia en el trabajo asignado y efectuándolo de forma individual o como miembro de un equipo.
- Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en su ámbito de trabajo, contribuyendo a la calidad del trabajo realizado.
- Asumir y cumplir las medidas de prevención de riesgos y seguridad laboral en la realización de las actividades laborales evitando daños personales, laborales y ambientales.
- Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.
- Actuar con espíritu emprendedor, iniciativa personal y responsabilidad en la elección de los procedimientos de su actividad profesional.
- Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

4. UNIDADES DE COMPETENCIA ASOCIADAS

Este módulo está asociado a las Unidades de Competencia UC1329_1 y UC0970_1, cuyas realizaciones profesionales y criterios de realización son los siguientes:

UC1329_1: Proporcionar atención e información operativa, estructurada y protocolarizada al cliente	
Realizaciones profesionales	Criterios de realización asociados
<p>RP 1: Colaborar en las actividades promocionales y de atención al clientes, dando información, respuesta y orientación básica de productos en el punto de venta.</p>	<p>CR 1.1 La información sobre la localización y características básicas de los productos en el punto de venta se suministra a los clientes, en caso de ser solicitada, respondiendo con exactitud, amabilidad y corrección, siguiendo pautas del superior.</p> <p>CR 1.2 Las pautas de comportamiento y técnicas protocolarizadas de atención al público se adoptan adaptándolas al tipo de cliente y a la situación comercial establecida.</p> <p>CR 1.3 Las promociones e información comercial necesaria se suministra al cliente en el tiempo y forma establecidos, mediante la entrega de folletos, documentos, muestras o materiales relativos a campañas publicitarias y de promoción y facilitando la prueba del producto/servicio, si existe posibilidad.</p>
<p>RP 2: Proporcionar un trato adecuado y protocolarizado a los clientes en el reparto de pedidos y productos a domicilio a fin de prestar un servicio de calidad.</p>	<p>CR 2.1 La presentación al cliente se realiza con corrección y amabilidad, respetando la privacidad y siguiendo el protocolo establecido.</p> <p>CR 2.2 El pedido y la forma de entrega se comprueba que correspondan con lo reflejado en la orden de pedido.</p> <p>CR 2.3 La entrega domiciliaria de los pedidos se realiza con amabilidad, corrección y claridad, y se formaliza el servicio solicitando la firma de la nota de entrega por parte del cliente.</p> <p>CR 2.4 El cobro del pedido o servicio de reparto se realiza de acuerdo a las instrucciones recibidas, dando el cambio, en caso necesario, con exactitud y claridad.</p> <p>CR 2.5 Las incidencias producidas en el servicio de reparto del pedido se atienden dando respuesta en el ámbito de su responsabilidad; se reflejan en el documento correspondiente, según el procedimiento establecido por la organización.</p>
<p>RP 3: Atender, en el marco de su responsabilidad, las quejas de los clientes siguiendo el procedimiento y protocolo establecido y/o derivándolas a la persona</p>	<p>CR 3.1 Las quejas e incidencias del cliente se escuchan atentamente con actitud positiva aplicando técnicas de escucha activa, con gesto y actitud tranquila y sin interrumpir, y se hacen preguntas pertinentes mostrando interés por resolverlas.</p> <p>CR 3.2 Las quejas y reclamaciones se atienden aceptando como posible la responsabilidad y dando</p>

responsable.	<p>respuesta en el ámbito de su responsabilidad, según protocolarizados o canalizarlas a los responsables.</p> <p>CR 3.3 Las quejas y reclamaciones se determina si están dentro del ámbito de su responsabilidad en función de las instrucciones recibidas y del procedimiento establecido por la organización.</p> <p>CR 3.4 Las reclamaciones improcedentes, en el ámbito de su responsabilidad, se atienden con actitud cortés y amable, y se informa al cliente de las alternativas existentes y del procedimiento que deberá seguir.</p> <p>CR 3.5 Las quejas y reclamaciones de clientes que sobrepasan su responsabilidad se transmiten con prontitud al superior jerárquico, siguiendo el procedimiento establecido y manteniendo la calidad del servicio.</p>
--------------	---

UC0970_1: Transmitir y recibir información operativa en gestiones rutinarias con agentes externos de la organización	
Realizaciones profesionales	Criterios de realización asociados
<p>RP3: Transmitir y recibir, presencialmente, información operativa y rutinaria de distintos interlocutores habituales de la organización, con claridad y precisión, mostrando la imagen corporativa de la organización, a fin de llevar a cabo gestiones de comunicación básica.</p>	<p>CR 3.1 La transmisión y recepción de información operativa y rutinaria, de forma presencial, se realiza con prontitud y a través de un trato cortés hacia el interlocutor, aplicando los protocolos de comunicación establecidos por la organización.</p> <p>CR 3.2 Los comportamientos de escucha atenta y efectiva se integran en la transmisión y recepción de la información, en el ámbito de su competencia, atendiendo a aspectos de comunicación verbal, no verbal y paraverbal.</p> <p>CR 3.3 La presentación ante los interlocutores externos —clientes, proveedores u otros agentes—, se realiza identificándose y mostrando la imagen corporativa de la organización.</p> <p>CR 3.4 Los datos identificativos de los interlocutores, en su caso, se registran en los documentos de control apropiados, solicitando y comprobando los documentos de identificación establecidos por las normas internas.</p> <p>CR 3.5 Los mensajes recibidos y/o para transmitir se anotan con los medios apropiados —agenda electrónica, libros de notas u otros—, con precisión y claridad, asegurándose de la corrección de las anotaciones realizadas a través de las preguntas necesarias.</p> <p>CR 3.6 Los mensajes se transmiten con claridad y sencillez, asegurando su comprensión por parte del</p>

	<p>interlocutor.</p> <p>CR 3.7 La información solicitada y no disponible, o de la que se tienen dudas, se requiere de las personas o fuentes relevantes dentro de la organización, a través de los procedimientos y canales internos establecidos.</p> <p>CR 3.8 Las preguntas y/o informaciones complementarias requeridas que sobrepasan su ámbito de actuación, se dirigen hacia las personas oportunas dentro de la organización.</p> <p>CR 3.9 Las respuestas negativas pertinentes se expresan de forma asertiva, clara y concisa, explicando lo necesario, evitando justificarse y con expresiones de agradecimiento o comprensión hacia el otro, ante las situaciones profesionales que lo requieran.</p> <p>CR 3.10 La calidad del servicio propio prestado al cliente, en su caso, se controla solicitando información sobre la satisfacción alcanzada con la información facilitada.</p> <p>CR 3.11 Las normas internas de seguridad, registro y confidencialidad se aplican en todas las comunicaciones de forma rigurosa.</p>
--	--

5. TEMPORALIZACIÓN

Este módulo tiene asignadas 65 horas para su desarrollo total y 3 semanales.

El curso tiene una duración aproximada de 40 semanas, de las que lectivas, antes de la FCT, en segundo, son 32, dentro de las cuales se encuentran dos de Navidad y una de Semana Santa.

1.^a EVALUACIÓN PARCIAL → Semana 1 hasta semana 14.

2.^a EVALUACIÓN PARCIAL → Semana 17 hasta semana 31.

1.^a EVALUACIÓN ORDINARIA: Semana 32.

	1. ^a EVALUACIÓN										2. ^a EVALUACIÓN										3. ^a EVALUACIÓN																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	...
UT1	■	■	■	■																																	
UT2					■	■	■	■	■	■																											
UT3											■	■	■	■	■																						
UT4															■	■	■	■	■																		
UT5																				■	■	■	■	■	■	■	■										
UT6																												■	■	■	■	■	■	■	■	■	

FCT

La correlación de las semanas es orientativa, y depende del comienzo del curso, del desarrollo de las clases y del establecimiento de los periodos festivos en el calendario escolar.

6. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO

UNIDAD 1. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

OBJETIVOS

- Conocer qué es la comunicación y los elementos que intervienen en ella.
- Reconocer los factores clave para una comunicación clara y efectiva
- Identificar los distintos canales de comunicación con el cliente.
- Saber aplicar las técnicas de comunicación básicas a la hora de enfrentarse con situaciones diferentes de atención y trato a clientes.
- Adaptar actitudes y comportamientos adecuados para proporcionar una atención efectiva y de calidad al cliente.
- Entender la importancia de la claridad para una correcta recepción de los mensajes.

CONTENIDOS

1. Proceso de comunicación

- 1.1. Agentes y elementos que intervienen en el proceso de comunicación
 - 1.1.1. Estrategias y pautas para una comunicación efectiva
 - 1.1.2. Puntos fuertes y débiles en un proceso de comunicación

2. Canales de comunicación con el cliente

- 2.1. Barreras y dificultades comunicativas: internas, externas y fisiológicas

3. Comunicación verbal

- 3.1. Concepto
- 3.2. Componentes
- 3.3. Emisión y recepción de mensajes orales
- 3.4. Uso del lenguaje técnico en la atención al cliente
- 3.5. Técnicas para hablar en público correctamente

4. Motivación, frustración y mecanismos de defensa

5. Comunicación no verbal

- 5.1. Concepto
- 5.2. Componentes
- 5.3. La imagen personal

6. Empatía y receptividad

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Se han reconocido los elementos que intervienen en una comunicación con el cliente.
- Se han examinado los factores clave para una comunicación clara y efectiva.
- Se han Identificado los distintos canales de comunicación con el cliente.
- Se han aplicado las técnicas de comunicación a la hora de enfrentarse con situaciones diferentes de atención y trato a clientes.
- Se ha obtenido información necesaria del cliente, utilizando el léxico comercial adecuado.
- Se han adaptado actitudes y comportamientos adecuados para proporcionar una atención efectiva y de calidad al cliente.

UNIDAD 2. VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

OBJETIVOS

- Conocer las funciones de los vendedores profesionales.
- Identificar las cualidades necesarias que debe poseer un agente de ventas para el desarrollo de su profesión.
- Reconocer las principales tareas que deben llevar a cabo los agentes de ventas.
- Distinguir las diferencias entre una demostración y una presentación de productos.
- Aprender cómo establecer y mantener una buena relación con los clientes.
- Identificar los diferentes tipos de presentación y de demostración que utilizan actualmente las empresas.
- Distinguir las diferencias existentes entre publicidad e información.

CONTENIDOS

1. El vendedor profesional

- 1.1. Concepto y funciones
- 1.2. Tipos de vendedor
- 1.3. El perfil del vendedor profesional
 - 1.3.1. Actitudes personales
 - 1.3.2. Conocimientos del vendedor
 - 1.3.3. Cualidades y aptitudes para la venta

2. Actuación del vendedor profesional

- 2.1. Modelos de actuación: estilos de comunicación
 - 2.1.1. Tipos
- 2.2. Relación con los clientes
 - 2.2.1. Factores que afectan a la relación vendedor-cliente
 - 2.2.2. Reglas para lograr un buen servicio de atención al cliente

3. Exposición de las cualidades de los productos y servicios

- 3.1. La presentación de productos y servicios
 - 3.1.1. Concepto
 - 3.1.2. Tipos de presentación
 - 3.1.3. Aplicaciones de presentación
- 3.2. Demostración del productos
 - 3.2.1. Concepto
 - 3.2.2. Tipos de demostración
 - 3.2.3. Demostraciones ante un pequeño y un gran número de interlocutores
 - 3.2.4. Ventajas e inconvenientes de la demostración
 - 3.2.5. Diferencias entre información y publicidad

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Se han analizado las funciones de los vendedores profesionales.
- Se han identificado las cualidades necesarias que deben poseer un agente de ventas para el desarrollo de su profesión.
- Se han reconocido las principales tareas que deben llevar a cabo los agentes de ventas.
- Se ha distinguido entre una demostración y una presentación de productos.

- Se ha diferenciado entre publicidad e información.

UNIDAD 3. LA VENTA Y SU DESARROLLO

OBJETIVOS

- Conocer las distintas técnicas de venta utilizadas por las empresas para aumentar y mejorar sus resultados.
- Identificar cada una de las fases que integran el proceso de venta.
- Reconocer cada uno de los servicios posventa que ofrecen las empresas.
- Estudiar cada uno de los diferentes tipos de servicios que utilizan las empresas en la fase posventa.
- Valorar la importancia de obtener información sobre el cliente y su aplicación en el proceso de venta.
- Distinguir los aspectos más relevantes de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista

CONTENIDOS

1. Técnicas de venta

- 1.1. Concepto
- 1.2. Características generales de las técnicas de venta
- 1.3. Tipos de técnicas de venta

2. Preparación de la venta

- 2.1. Tareas incluidas en la preparación de la venta

3. Proceso de venta

- 3.1. Concepto
- 3.2. Fases

4. Servicios posventa

- 4.1. Tipos de posventa
 - 4.1.1. Servicios posventa en relación con los productos
 - 4.1.2. Servicios posventa a los clientes

5. Aspectos relevantes de la Ley de Ordenación de Comercio Minorista

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Se han reconocido las distintas técnicas de venta utilizadas por las empresas para aumentar y mejorar sus resultados.
- Se han diferenciado los tipos de presentación y de demostración que utilizan las empresas.
- Se ha identificado cada una de las fases que integran el proceso de venta.
- Se ha valorado la importancia de obtener información sobre el cliente y su aplicación en el proceso de venta.
- Se ha reconocido cada uno de los servicios posventa que ofrecen las empresas.
- Se ha informado a los clientes de los tipos de servicios y características que ofrece la empresa, especialmente de las calidades esperables.
- Se ha distinguido los aspectos más relevantes de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

UNIDAD 4. INFORMACIÓN AL CLIENTE (I)

OBJETIVOS

- Reconocer las diferentes tipologías de clientes.
- Adecuar el tratamiento a los clientes en función de su tipología.
- Asesorar al cliente sobre la mejor opción una vez recabada la información sobre lo que necesita.
- Solicitar al cliente que comunique la elección de la opción elegida.
- Diferenciar clientes de proveedores, y estos del público en general.
- Distinguir información de publicidad.

CONTENIDOS

1. Tipología de clientes y su relación con el servicio de atención al cliente

- 1.1. El cliente 2.0
- 1.2. Los tipos de clientes y su relación con la prestación del servicio
- 1.3. La presentación de servicio de atención al cliente

2. Roles, funciones y objetivos del profesional de ventas

- 2.1. Funciones y objetivos del profesional de ventas
- 2.2. Roles del vendedor. Relación cliente-profesional

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Se han reconocido las diferentes tipologías de público.
- Se han diferenciado clientes de proveedores, y estos del público en general.
- Se han reconocido las diferentes tipologías de clientes.
- Se ha diferenciado información de publicidad.
- Se ha adecuado el tratamiento a los clientes en función de su tipología.
- Se ha asesorado al cliente sobre la mejor opción una vez recabada la información sobre lo que necesita.
- Se ha solicitado al cliente que comunique la elección de la opción elegida.

UNIDAD 5. INFORMACIÓN AL CLIENTE (II)

OBJETIVOS

- Adecuar el producto o servicio a las necesidades y deseos del cliente.
- Informar al cliente de las características del producto o servicio ofrecido.
- Transmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada y precisa.
- Tomar nota de las objeciones presentadas por los clientes, que recibirán el tratamiento oportuno en cada caso.
- Mantener en todo momento el respeto hacia el cliente.
- Procurar la fidelización del cliente con el buen resultado del trabajo.

CONTENIDOS

- 1. Las necesidades y los gustos del cliente**
 - 1.1. Criterios de satisfacción de necesidades
 - 1.1.1. Estímulos externos
 - 1.1.2. Factores internos
- 2. La fidelización del cliente**
 - 2.1. Ventajas de la fidelización de clientes
 - 2.2. Programas de fidelización de clientes
 - 2.2.1. Nuevas tendencias en los programas de fidelización
- 3. Las objeciones de los clientes y su tratamiento**
 - 3.1. Técnicas para el tratamiento de las objeciones
- 4. Las nuevas tecnologías en la información al cliente**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Se ha solicitado información al cliente sobre sus necesidades y deseos de productos y/o servicios.
- Se ha informado al cliente de las características del producto o servicio ofrecido.
- Se ha transmitido la información, al cliente, con claridad, de manera ordenada, estructurada y precisa.
- Se han tomado nota de las objeciones presentadas por los clientes, que recibirán el tratamiento oportuno en cada caso.
- Se ha mantenido, en todo momento, el respeto hacia el cliente.
- Se ha procurado la fidelización del cliente con el buen resultado del trabajo.

UNIDAD 6. TRATAMIENTO DE RECLAMACIONES

OBJETIVOS

- Identificar los documentos que habitualmente se utilizan en la gestión de quejas y reclamaciones.
- Distinguir cada una de las fases que comprende el procedimiento de quejas y reclamaciones.
- Identificar las herramientas informáticas utilizadas en la gestión de reclamaciones.
- Conocer la normativa legal en materia de protección de datos.
- Aplicar la normativa relativa a la protección del consumidor en los ámbitos europeo y nacional.

CONTENIDOS

- 1. Reclamaciones y quejas**
 - 1.1. Definición y diferencias
- 2. Técnicas utilizadas en la gestión de reclamaciones**
- 3. Gestión de quejas y reclamaciones**
 - 3.1. Características del proceso de negociación
 - 3.1.1. Perfiles de clientes, consumidores y usuarios en las quejas en las quejas y reclamaciones
 - 3.1.2. Elementos formales de una reclamación
 - 3.1.3. Departamento gestor
 - 3.2. Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones y quejas
- 4. Proceso de reclamación**
 - 4.1. Trámites y documentación
- 5. Documentación y pruebas en una reclamación**
 - 5.1. Hojas de reclamación
 - 5.2. Complimentación
 - 5.3. Plazo
- 6. Utilización de herramientas informáticas en la gestión de reclamaciones**
- 7. Normativa legal en materia de protección de datos**
- 8. Protección del consumidor y usuario**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Se han ofrecido alternativas al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables, exponiendo claramente los tiempos y condiciones de las operaciones a realizar, así como el nivel de probabilidad de modificación esperable.
- Se han identificado los documentos que habitualmente se utilizan en la gestión de quejas y reclamaciones.
- Se han distinguido cada una de las fases que comprende el procedimiento de quejas y reclamaciones.
- Se ha suministrado la información y documentación necesaria al cliente para la presentación de una queja o reclamación por escrito, si fuere necesario.
- Se ha cumplimentado una hoja de reclamación.
- Se han identificado las herramientas informáticas utilizadas en la gestión de reclamaciones.
- Se ha conocido la normativa legal en materia de protección de datos.

- Se ha aplicado la normativa relativa a la protección del consumidor en los ámbitos europeo y nacional.

7. METODOLOGÍA

La metodología didáctica debe ser activa y participativa, y deberá favorecer el desarrollo de la capacidad del alumno para aprender por sí mismo y trabajar en equipo. Para ello, es imprescindible que comprenda la información que se le suministra, frente al aprendizaje memorístico, y que participe planteando sus dudas y comentarios.

Se plantearán problemas que actúen sobre dominios conocidos por los alumnos, bien a priori o bien como producto de las enseñanzas adquiridas con el transcurrir de su formación, tanto en este como en los otros módulos de este ciclo formativo. Además, se tratará de comenzar las unidades de trabajo averiguando cuáles son los conocimientos previos de los alumnos sobre los contenidos que se van a tratar, y reflexionando sobre la necesidad y utilidad de los mismos. El desarrollo de las unidades se fundamentará en los siguientes aspectos:

- Se variará la distribución espacial del aula, dentro de las posibilidades, en función de la actividad que se desarrolle, procurando mantener la configuración de «herradura» o «doble herradura» para asambleas y exposiciones, la configuración de «islas» para el trabajo en grupo y la ordinaria para el resto de casos.
- Se comenzará con actividades breves encaminadas a averiguar el conocimiento a priori de los alumnos sobre la temática de la unidad. Será interesante plantear estas actividades en forma de debate para lograr conferirles cierto carácter motivador. Se intentará que los alumnos trabajen sobre códigos ya hechos, ya que así se les ayuda a superar ese bloqueo inicial que aparece al enfrentarse a cosas nuevas.
- Se seguirá con la explicación de los conceptos de cada unidad didáctica y se realizará una exposición teórica de los contenidos de la unidad por parte del profesor. Se utilizará un libro de texto para que el alumno estudie la asignatura. Se facilitará bibliografía complementaria y fotocopias de apoyo para cada uno de los conceptos de la asignatura.
- Posteriormente, el profesor expondrá y resolverá una serie de ejercicios, cuyo objetivo será llevar a la práctica los conceptos teóricos expuestos en la explicación anterior. El profesor resolverá todas las dudas que puedan tener todos los alumnos, tanto teóricas como prácticas. Incluso si él lo considerase necesario se realizarán ejercicios específicos para aclarar los conceptos que más cueste comprender al alumnado. Posteriormente, se propondrá un conjunto de ejercicios, de contenido similar a los ya resueltos en clase, que deberán ser resueltos por los alumnos, bien en horas de clase o bien en casa.
- En parte de la asignatura será necesario la utilización de equipos de reprografía, encuadernación, telefónicos, un ordenador y conexiones a internet.
- Se intentará, en la medida de lo posible, que las actividades que se desarrollen durante la sesión tengan un carácter grupal para formar al alumno en el clima de trabajo en grupo, aspecto de gran importancia en la actualidad en los ambientes empresariales.
- El profesor cerrará la sesión con un resumen de los conceptos presentados y una asamblea en la que se observará el grado de asimilación de conceptos mediante «preguntas rebote» (un alumno pregunta a otro alumno) y «preguntas reflejo» (un alumno lanza la pregunta al grupo) que cubran las partes más significativas de la materia tratada en la sesión.

- El alumno deberá realizar una serie de actividades que dependerán de los contenidos de las unidades didácticas. Estas actividades podrán ser individuales o en grupo. Además, se podrá proponer algún trabajo o actividad que englobe conocimientos de varias unidades didácticas para comprobar que los conocimientos han sido satisfactoriamente asimilados. Sería recomendable, al menos, un trabajo o actividad por cada evaluación.

8. EVALUACIÓN

A) TIPO DE EVALUACIÓN

La evaluación será continua e integradora en cuanto que estará inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado. La aplicación del proceso de evaluación continua a los alumnos requiere la asistencia regular a las clases y actividades programadas para el módulo profesional.

Si la alumna o el alumno supera el 30% de horas del módulo en faltas de asistencia injustificadas, pierde el derecho a la evaluación continua y deberá acudir a la prueba de final de curso que comprende todos los contenidos previstos en el decreto de currículo.

B) CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación son los expuestos para cada unidad didáctica.

C) CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Para llevar a cabo la evaluación de la manera más completa posible, se utilizarán los siguientes instrumentos de evaluación:

- Revisión directa de los ejercicios diarios. 50%
- Calificación de pruebas. 30%
- Revisión directa de la calidad de los ejercicios diarios. 20%

D) CRITERIOS DE CORRECCIÓN

- En la revisión directa de los ejercicios diarios: según el grado en que el estudiante haya identificado y aplicado los contenidos previstos en el decreto de curriculum para este módulo.

- En la calificación de pruebas: según el grado en que el estudiante haya identificado y reproducido los contenidos correspondientes a las preguntas de cada prueba.

- En la revisión directa de la calidad de los ejercicios: según el grado en que el estudiante haya presentado el trabajo para que sea comprendido y accesible, siguiendo las normas de uso del lenguaje, con limpieza y orden.

E) CRITERIOS DE CALIFICACIÓN FINAL

- **Ordinaria, previa a la FCT.**

La media ponderada según los porcentajes citados, si el alumno o alumna ha superado los procedimientos previstos en la evaluación continua.

- **Extraordinaria.**

La obtenida en una prueba objetiva (examen) de los contenidos o unidades incluidas en la programación.

F) PROCEDIMIENTOS PARA LA RECUPERACIÓN.

- Realización de los trabajos y ejercicios con una nueva formulación, sobre aquellos aspectos en que se hubiesen detectado mayores deficiencias.
- Repetición de determinadas actividades cuando se hubiese observado que en su realización el alumno no dedicó suficiente tiempo o esfuerzo.
- Repetición de la prueba planteada por el profesor en primera instancia, con una nueva formulación.

9. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Como consecuencia de la heterogeneidad de las aulas y de la naturaleza individual del proceso de enseñanza-aprendizaje se hace necesario establecer una serie de pautas por parte del profesorado, aparte del apoyo del personal especializado cuando se requiera, que ofrezcan al alumno la posibilidad de alcanzar los objetivos marcados para el módulo a un ritmo acorde a sus aptitudes.

Podemos distinguir como alumnos con necesidad específica de apoyo educativo a los siguientes:

- **Alumnos con necesidades educativas especiales:**
 - **Alumnos con trastornos graves de conducta:**

Se insistirá básicamente en reforzar los contenidos mínimos mediante actividades de refuerzo pedagógico, como por ejemplo:

 - Modificar la ubicación en clase.
 - Repetición individualizada de algunas explicaciones.
 - Propuesta de actividades complementarias que sirvan de apoyo.
 - Potenciar la participación en clase.
 - Propuesta de interrogantes para potenciar la curiosidad y, con ello, el aprendizaje.
 - **Alumnos con discapacidad física:**

Se debería estudiar el tipo de equipos, herramientas y dispositivos (periféricos) que precisa cada alumno y hacer la pertinente consulta y solicitud a las autoridades o asociaciones dedicadas a tal fin.
- **Alumnos con altas capacidades intelectuales:**

Se procurará sustituir las actividades que cubran los conocimientos ya adquiridos por otras que requieran un planteamiento más laborioso y que permita desarrollar su capacidad de investigación y razonamiento (actividades de proacción).
- **Alumnos con integración tardía al sistema educativo español:**
 - **Alumnos con graves carencias lingüísticas:**

Se puede suministrar el programa, en la medida que sea posible, en su idioma. Si no es viable y la comunicación es prácticamente nula, se podría optar por derivarlo a un aula de inmersión lingüística para adquirir los conceptos mínimos idiomáticos.
 - **Alumnos con carencia de base:**

Si el alumno carece de cierta base en otras asignaturas que le impiden avanzar en el módulo, se proporcionarán programas autodidactas que faciliten un aprendizaje de base para continuar sus estudios y se reforzarán los contenidos mínimos de la misma forma que para alumnos con necesidades educativas especiales.