



Programación didáctica del módulo: 1234
Servicios de Atención Comercial
2ºCurso CFGM Técnico de Actividades Comerciales

Departamento de Comercio y Marketing

I.E.S. Las llamas

Santander

Curso 2021-2022

Francisco J. Terán Díez

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. OBJETIVOS	4
2.1. Objetivos Generales del Ciclo Formativo en relación con el Módulo	4
2.2. Competencias profesionales, personales y sociales	5
2.3. Objetivos del módulo expresados en Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación	5
2.4. Orientaciones pedagógicas.	9
3. CONTENIDOS.....	10
3.1. Contenidos Básicos	10
3.2. Contenidos	11
3.3. Secuenciación de Contenidos	14
4. DISTRIBUCION TEMPORAL	15
5. METODOLOGIA DIDÁCTICA.....	15
5.1. Principios Metodológicos	16
5.2. Metodología Didáctica a Aplicar	16
6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	17
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	17
8. UTILIZACION DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS	18
9. CONCRECCION DEL DESARROLLO DE DESDOBLES	18
10. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	19
11. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACION DEL APRENDIZAJE	19
11.1. Marco de la Evaluación.....	19
11.2. Criterios de Evaluación	20
11.3. Principios Generales de la Evaluación	20
11.4. Procedimientos e instrumentos de evaluación	20
12. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	21
12.1. Plan de Recuperación de Evaluaciones	22
13. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MODULO.....	22
14. RELACION CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS	24
15. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE.....	24

16. BIBLIOGRAFIA.....	25
17. HOJA INFORMATIVA PARA LOS ALUMNOS	27
1. Contenidos, según la orden ECD/82/2014 del Gob. de Cantabria	27
2. Distribución Temporal	30
3. Criterios de Evaluación y Estándares de Aprendizaje Evaluables, según la orden ECD/82/2014 del Gob. de Cantabria	30
4. Competencias	33
5. Criterios de Evaluación	34
6. Criterios de Calificación	36
7. Uso de Métodos Dishonestos	37
18. MEDIDAS A ADOPTAR EN CASO DE CONFINAMIENTO DEL ALUMNADO	38

1. INTRODUCCIÓN

El título de “**Técnico en Actividades Comerciales**” y sus enseñanzas mínimas se regula por el *Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre*, de conformidad con el RD 1147/2011, de 29 de julio, que establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.

Con la Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria se implantan las enseñanzas amparadas por la LOE (Ley Orgánica de Educación 2/2006).

El **perfil profesional** del título de Técnico en Actividades Comerciales queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

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

El módulo profesional **Servicios de Atención Comercial** (Cód. 1234) está asociado a la Unidad de Competencia: UC0241_2: Ejecutar las acciones de servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

Este módulo se caracteriza por capacitar al alumno para llevar a cabo una atención al cliente eficaz, planificando y gestionando un sistema de información sobre los consumidores y usuario de las organizaciones, para aproximar el producto y/o servicio de forma personalizada a dichos clientes, garantizando un alto nivel de satisfacción a través de un servicio de calidad.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivos Generales del Ciclo Formativo en relación con el Módulo

Los objetivos generales del CF “**Técnico Actividades Comerciales**” que están relacionados con el módulo Servicios de Atención Comercial son los siguientes:

- Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.
- Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

- Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».
- Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

2.2. Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título, relacionadas con el módulo **Servicios Atención Comercial**, son las siguientes:

- Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

2.3. Objetivos del módulo expresados en Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación

La Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria, establece que los objetivos expresados en resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación para el módulo de Servicios de Atención Comercial, sean los siguientes:

RA 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.
- b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.
- c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.
- d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.
- e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.
- f) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.

RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.
- b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.
- c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.
- d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.
- e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.
- f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.
- g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.
- h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.
- b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.
- c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.
- d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.
- e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.
- g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.

RA 4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.
- b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.
- c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.
- d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.
- e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.

RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente.
- c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.
- d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.
- e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.
- f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.
- g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.
- h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.
- b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.
- c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.
- e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.
- f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.
- g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.

- h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).

2.4. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar funciones relacionadas con el servicio de atención al cliente y con la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario, tales como:

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Los departamentos de atención al cliente/consumidor/usuario de empresas y organizaciones públicas y privadas.

La formación del módulo se relaciona con los objetivos generales señalados en el punto 2.1 de esta programación y permite alcanzar las competencias señaladas en el punto 2.2 de esta programación.

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

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

3. CONTENIDOS

3.1. Contenidos Básicos

Los contenidos mínimos de este módulo profesional se organizan según lo dispuesto en el RD 1688/2011 en seis bloques temáticos:

1. Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:
 - La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
 - Gestión de las relaciones con clientes.
 - La identidad corporativa y la imagen de marca.
 - Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.
 - El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones.
 - Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.
 - Estructuras organizativas: organigramas.
 - Tipos de organigramas.
 - Los *contact centers*. Funciones que desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.
2. Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:
 - La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
 - El proceso de comunicación.
 - Tipos de comunicación.
 - Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
 - La empatía.
 - La asertividad.
 - La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
 - La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
 - La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
 - El correo electrónico. La mensajería instantánea.
 - Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).
3. Organización de la información relativa a la relación con los clientes:
 - Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
 - Tipos de archivos.
 - Organización de documentos de atención al cliente.
 - Ficheros de clientes.
 - Las bases de datos.
 - Bases de datos documentales.
 - Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
 - Manejo de bases de datos de clientes.
 - Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.

- Normativa legal en materia de protección de datos.
4. Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario
 - Concepto de consumidor y usuario.
 - Consumidores y usuarios finales e industriales.
 - Derechos del consumidor.
 - La defensa del consumidor. Normativa legal.
 - Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.
 - Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.
 5. Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:
 - Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
 - Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
 - Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
 - Procedimiento de recogida de las reclamaciones.
 - Proceso de tramitación de las reclamaciones.
 - Las reclamaciones ante la Administración.
 - Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.
 - Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad.
 - La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.
 - El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo.
 - Técnicas de negociación en las reclamaciones.
 6. Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario
 - Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
 - Tratamiento de las anomalías.
 - Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente.
 - Normativa aplicable en la atención al cliente.
 - Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
 - Programas de fidelización de clientes.

3.2. Contenidos

Los contenidos del módulo están recogidos en la **ECD/82/2014**, de 25 de junio, para la Comunidad Autónoma de Cantabria, que establece como contenidos a impartir los siguientes bloques temáticos:

1. Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:
 - La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
 - Gestión de las relaciones con clientes.
 - La identidad corporativa y la imagen de marca.

- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario. Seguimiento de la venta. Servicios postventa. Información y asesoramiento. Atención y satisfacción del cliente. Atención de quejas y reclamaciones.
- El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones. Funciones. Estructura y organización.
- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.
 - * Relación con el departamento de marketing y relaciones públicas.
 - * Relación con el departamento de ventas.
 - * Relación con otros departamentos de la empresa.
- Estructuras organizativas: organigramas.
- Tipos de organigramas.
- Los “contact centers”. Funciones que se desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas

2. Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:

- La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
- El proceso de comunicación. Elementos. Fases del proceso. Dificultades y barreras. Canales y soportes de comunicación.
- Tipos de comunicación: interna y externa, formal e informal, verbal y no verbal.
- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
- La empatía.
- La asertividad.
- La comunicación oral. Normas para hablar en público. La comunicación telefónica. Reglas para la comunicación telefónica. Utilización de las nuevas tecnologías en la comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
- La comunicación escrita. Reglas para la comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
- El correo electrónico. La mensajería instantánea.
- Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).

3. Organización de la información relativa a la relación con los clientes:

- Técnicas de organización y archivo de documentación. Finalidad y funciones del archivo. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
- Tipos de archivos. Archivos centralizados y por departamentos. Archivos temporales y definitivos. Archivos manuales e informáticos. – Organización de documentos de atención al cliente.
- Ficheros de clientes. Elaboración y actualización de ficheros de clientes.
- Las bases de datos. Estructura. Funciones. Tipos.
- Bases de datos documentales.

- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM). – Manejo de bases de datos de clientes:
 - * Tratamiento de la información. x Introducción y grabación de datos.
 - * Modificación y actualización de datos.
 - * Búsqueda y recuperación de archivos y registros.
 - * Acceso a la información. Realización de consultas.
- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
- Normativa legal en materia de protección de datos.
- 4. Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario:
 - Concepto de consumidor y usuario.
 - Consumidores y usuarios finales e industriales. La compraventa mercantil. Contratos de compraventa especiales.
 - Derechos del consumidor.
 - La defensa del consumidor. Normativa legal: Art. 51 de la Constitución. Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Ley de Crédito al Consumo. Ley de Condiciones Generales de la Contratación. Ley de Compraventas celebradas fuera del establecimiento Mercantil. Leyes autonómicas de protección del consumidor. Normativa comunitaria.
 - Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. Administración Central, Autonómica y Local. El Defensor del Pueblo. El Tribunal de Defensa de la Competencia.
 - Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. Asociaciones de consumidores y usuarios. Cooperativas de consumo.
 - Sistema arbitral de consumo.
- 5. Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:
 - Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
 - Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
 - Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
 - Procedimiento de recogida de las reclamaciones. Elementos formales. Documentos necesarios o pruebas. Complimentación documental.
 - Proceso de tramitación de las reclamaciones. Plazos. Presentación ante los organismos competentes.
 - Las reclamaciones ante la Administración. Sistemas autonómicos de consumo: potestad sancionadora. Denuncia ante los servicios autonómicos de consumo: admisión de la denuncia e incoación del procedimiento sancionador, alegaciones y prueba, en su caso. Resolución. Los actos administrativos. Elementos. Tipos de actos. Eficacia de los actos. El silencio administrativo.
 - Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones. Comunicación oral, escrita y telefónica.
 - Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad.

- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones. Objetivos. Aspectos que hay que negociar.
 - El plan de negociación. Fases: preparación, estrategia, desarrollo y acuerdo.
 - Técnicas de negociación en las reclamaciones.
6. Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario:
- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
 - Tratamiento de las anomalías. Medidas correctoras. Forma. Plazos.
 - Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente. Criterios y métodos de evaluación. Métodos para medir el nivel de satisfacción del cliente. Parámetros y técnicas de control. Aplicación de medidas correctoras.
 - Normativa aplicable en la atención al cliente. Ley de ordenación del Comercio Minorista. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico. Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal.
 - Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
 - Programas de fidelización de clientes: Información. Visitas de seguimiento. Resolución de problemas con rapidez y eficacia. Regalos, descuentos y promociones. Felicitaciones y agradecimientos. Servicios adicionales.

3.3. Secuenciación de Contenidos

Todo este conjunto de contenidos nos sirve **de referente de obligado cumplimiento** que junto con los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación van a definir nuestras unidades didácticas. Teniendo en cuenta que la normativa se refiere a los contenidos a trabajar y a los resultados de aprendizaje a alcanzar, pero no al orden de secuenciación de dichos contenidos, ni a la mayor o menor profundización de los mismos, en la programación se opta por alterar el orden de tratamiento de los bloques de contenido.

Por todo lo anterior he decidido establecer 8 unidades didácticas, donde se seguirá un criterio heterogéneo para la unidades, pues entiendo que todas no tienen el mismo grado de dificultad por ello no se les concede la misma temporalización. El orden en la secuenciación de las unidades sería:

PRIMERA EVALUACIÓN (38h)

Presentación y Evaluación Inicial 3h

Unidad 1: Actividades de atención e información al cliente: 9h

Unidad 2: La Comunicación en la Empresa I: 12h

Unidad 3: La Comunicación en la Empresa II: 12h

Evaluación Unidades 1, 2, 3. (2h)

SEGUNDA EVALUACIÓN (38h)

Unidad 4: Organización de los documentos en las relaciones con clientes: 10h

Unidad 5: Gestión de las relaciones con clientes: 7h

Unidad 6: Protección y defensa del consumidor y usuario: 6h

Unidad 7: Gestión de quejas y reclamaciones del cliente:7h

Unidad 8: Plan de Calidad y mejora del servicio de atención al cliente: 6h

Evaluación Unidades 4, 5, 6, 7, 8 (2h)

4. DISTRIBUCION TEMPORAL

El módulo profesional Servicios de Atención Comercial tiene asignada una carga horaria de 80 horas (RD 1688/2011, BOE 27 Diciembre 2011).

Según el calendario escolar aprobado por la Consejería de Educación del Gobierno de Cantabria las clases se impartirán desde el 16 de septiembre hasta 6 de marzo, repartidas en 4 periodos lectivos semanales.

PRIMERA EVALUACIÓN (38h)

Presentación y Evaluación Inicial 3h

Unidad 1: Actividades de atención e información al cliente: 9h

Unidad 2: La Comunicación en la Empresa I: 12h

Unidad 3: La Comunicación en la Empresa II: 12h

Evaluación Unidades 1, 2, 3. (2h)

SEGUNDA EVALUACIÓN (38h)

Unidad 4: Organización de los documentos en las relaciones con clientes: 10h

Unidad 5: Gestión de las relaciones con clientes: 7h

Unidad 6: Protección y defensa del consumidor y usuario: 6h

Unidad 7: Gestión de quejas y reclamaciones del cliente:7h

Unidad 8: Plan de Calidad y mejora del servicio de atención al cliente: 6h

Evaluación Unidades 4, 5, 6, 7, 8 (2h)

5. METODOLOGIA DIDÁCTICA

Según el **Art. 3.f** de la **LOE**, es de donde emana el principio de metodología activa:

“El desarrollo de la capacidad de los alumnos para regular su propio aprendizaje, confiar en sus aptitudes y conocimientos, así como para desarrollar la creatividad, la iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor”.

5.1. Principios Metodológicos

Toda actuación que se lleve a cabo en el proceso de enseñanza aprendizaje se va a sustentar en los siguientes principios psicopedagógicos:

a. Aprendizaje Significativo:

Se trata de pasar del aprendizaje memorístico y repetitivo al aprendizaje significativo (que los nuevos contenidos se relacionen con los anteriores permitiendo la reestructuración de los esquemas cognitivos).

Hay que procurar que las actividades presenten grados de dificultad ajustados y progresivos.

b. Aprendizaje Funcional:

Básico en todos los módulos profesionales de la Formación Profesional lo que supone la necesidad de conectar con los intereses y motivaciones de los alumnos a través de la exposición de contenidos prácticos que van a ser aplicados por ellos en el mundo real.

c. Aprender a Aprender:

Dando preferencia a métodos y actividades centrados en el alumno y que animen a un alto grado de implicación del mismo, el alumno con la ayuda del profesor conseguirá ser protagonista de su propio aprendizaje lo que le permitirá llevar a cabo aprendizajes significativos.

d. Otros:

Como pueden ser el trabajo en equipo, retroalimentación, intencionalidad, reforzamiento, participación e implicación...

5.2. Metodología Didáctica a Aplicar

- Al principio del curso se hará la presentación del módulo de Logística de Almacenamiento, explicando sus características, los contenidos y los resultados de aprendizaje que deben adquirir los alumnos así como la metodología que se va a llevar a cabo y los criterios de evaluación que se van a aplicar.
- Una presentación de cada bloque de contenidos intentando motivar a los alumnos.
- Al inicio de cada Unidad Didáctica, se hará una introducción de la misma. Seguidamente de procederá a realizar las actividades iniciales que muestren los conocimientos y aptitudes previos del alumno, comentando entre todos los resultados para detectar las ideas preconcebidas y despertar el interés hacia el tema. Todo ello acompañado de imágenes en PowerPoint en aquellas unidades que sea posible.
- Posteriormente, se pasará a explicar los contenidos conceptuales intercalando actividades de apoyo como pueden ser la resolución de casos prácticos.
- Al finalizar cada Unidad Didáctica se propondrá a los alumnos la resolución de actividades de enseñanza-aprendizaje que faciliten la mejor comprensión del tema propuesto (debates, discusiones, aplicaciones prácticas...). También se propondrán videos (Internet, YouTube...) a fin

de mostrar al alumnado que lo aprendido no es algo ajeno a la realidad, así como cualquier texto que además de motivar al alumno a la lectura acerque la realidad al aula.

- Al estar el módulo muy vinculado al mundo laboral, es conveniente que el alumnado visite centros y lugares de trabajo como actividades complementarias y extraescolares. Para ello será útil la coordinación con el tutor, o con todo el equipo educativo del ciclo formativo, a fin de que el alumnado visite aquellas empresas relacionadas con el sector y compruebe la aplicación práctica de los contenidos.

La metodología será activa y participativa, que facilite la interacción, fomente la responsabilidad sobre el aprendizaje, asegure la motivación, favorezca la modificación o adquisición de nuevas actitudes, posibilite el desarrollo de habilidades y potencia la evaluación como un proceso de retroalimentación continúa.

6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

La diversidad del alumnado en los ciclos formativos de nuestro centro viene en mayor parte determinada por su distinta procedencia académica o profesional. También hay, aunque muy pocos casos, alumnos con algún tipo de discapacidad.

Las medidas para atender a la diversidad del alumnado serán las siguientes:

- Cuando el alumnado tenga distinta procedencia académica o profesional y esto origine distintos ritmos de aprendizaje:
 - o Si se trata de alumnado con alta capacidad intelectual que presenta un ritmo de aprendizaje superior al resto del grupo, se le plantearán actividades de profundización o ampliación que requieran un mayor rigor técnico sobre la materia una vez que haya realizado correctamente las tareas generales propuestas.
 - o Si se trata de alumnado con dificultades para alcanzar los resultados de aprendizaje, se le plantearán actividades de refuerzo.
- Cuando el ciclo formativo sea cursado por alumnado con algún tipo de discapacidad, se adecuarán las actividades formativas, los criterios y los procedimientos de evaluación. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.
 - o En caso de concurrir en algún alumno la circunstancia de discapacidad física, se realizarían las adaptaciones necesarias en relación a los recursos y equipamientos del centro o la creación de materiales.
 - o Si concurre algún alumno con discapacidad sensorial, se requerirá el apoyo del Departamento de Orientación para realizar una correcta adaptación curricular individual y no significativa.

7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Como recursos metodológicos con los que poder aplicar los principios anteriormente señalados podemos distinguir entre los personales, materiales y ambientales:

PERSONALES:

- Explicaciones del profesor de cada uno de los temas
- Apuntes que el profesor de en clase a lo largo del curso.
- Fotocopias de interés y de procedencia muy variada, artículos, ejercicios, cuadros explicativos, esquemas...
- Cualquier otro material susceptible de ser usado por los alumnos.

MATERIALES:

Libros de consulta:

- Libro de texto: María Eugenia Escudero, Servicios de Atención Comercial. Editorial Editex (2015).

Textos legales:

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- La Constitución Española (artículo 51)

Impresos:

Documentos propios de utilización en cada área, notas de aviso, cartas de presentación, hojas de reclamaciones,...

Periódicos y revistas especializadas: Revista de la OCU, AUSBANC...

Audiovisuales/ Informáticos:

- Cañones de proyección para la proyección de videos relacionados con el tema, software de aplicaciones relacionadas con la materia.
- Equipo informático para la consulta de páginas Web, como pueden ser: www.ocu.org, www.ucecantabria.org, www.facua.org, www.ceaccu.org, www.consumo-ccu.es, www.ayto-santander.es, www.oficinadelconsumidor.org...
- Socrative y Kahoot

Ambientales/ Físicos

Estructurales o propios del ámbito escolar: aulas de informática y biblioteca.

8. UTILIZACION DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS

- Las clases serán impartidas en el aula de referencia de los alumnos, ya que en dicho aula se dispone de proyector y ordenador conectado a Internet.
- Durante el curso en determinadas unidades se utilizará el aula de informática.
- Se utilizará el Salón de Actos del centro para conferencias, exámenes,...

9. CONCRECCION DEL DESARROLLO DE DESDOBLES

Se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Trabajo individual: para favorecer la reflexión y la práctica sobre los diversos contenidos, afianzar conceptos, comprobar el nivel del alumno y detectar dificultades.
- El grupo-clase: servirá para la exposición de los contenidos básicos, para la visualización de videos y presentaciones. Para favorecer la búsqueda de acuerdos, el debate y la puesta en común, especialmente, de conocimientos previos al comienzo de las unidades.
- El agrupamiento flexible, para la atención a grupos de ampliación o de refuerzo, así como para la orientación y ejecución de las actividades. Se realizará en grupo las actividades propuestas por el profesor. Se realizarán para favorecer actitudes cooperativas, intercambio de opiniones y búsqueda de soluciones conjuntas.
- Los apoyos docentes: Por las características del módulo no se contempla la presencia de otro profesor o docente en el aula.
- El tiempo de una sesión diaria tipo dependerá de la unidad, que se este impartiendo. El tiempo dedicado será diferente. Se tratará que la parte práctica (si el tema ayuda) prime sobre la teórica.

10. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Durante el curso académico 2.021 – 2.022 se intentará participar en las actividades programadas por el departamento, que serán las siguientes, siempre y cuando las circunstancias sanitarias lo permitan y con el acuerdo del grupo de profesores, jefatura y la coordinadora Covid.

1. Visita a empresas de la red industrial de Cantabria.

La fecha prevista para su realización será en el primer / segundo trimestre del curso.

2. Visita a Organismos Oficiales Cántabros y Charlas de éstos en el propio centro.

La fecha prevista para su realización será durante el primer trimestre.

- Charla coloquio de SODERCAN (Día del Emprendedor)
- OMIC...

Además de las citadas, cualquier actividad que surja a lo largo del curso y sea susceptible de aprovechamiento por los alumnos.

11. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACION DEL APRENDIZAJE

11.1. Marco de la Evaluación

Según el **Art. 51.2 del R.D. 1147/2011**, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo “la evaluación se realizará tomando como referencia los objetivos expresados en resultados de aprendizaje, y los criterios de evaluación de cada uno de los módulos profesionales, así como de los objetivos generales del ciclo formativo o curso de especialización”

En relación con la posible existencia de algún alumno confinado por el COVID, se le asignará un método de aprendizaje, evaluación y calificación que aúne las características presenciales con las no presenciales intentando no desvirtuar el proceso de enseñanza

11.2. Criterios de Evaluación

Se aplican los recogidos en la **Orden ECD/82/2014**, de 25 de junio que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Cantabria (punto 2.3 de la presente programación).

11.3. Principios Generales de la Evaluación

El carácter **continuo y formativo** de la evaluación estará incluido en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con el fin de detectar las dificultades en el momento en que se produzcan, averiguar sus causas y adoptar las medidas que se considere necesarias.

Respecto a cuándo evaluar deberemos empezar por la **evaluación inicial** que cumple una función de diagnóstico al proporcionarnos información acerca de la situación del alumno al comienzo del período de enseñanza. **La evaluación formativa** tiene por objeto recoger información a lo largo del proceso de enseñanza para valorar los progresos y dificultades de los alumnos ajustando la ayuda pedagógica a sus necesidades. Finalmente la **función sumativa** de la evaluación tiene por objeto, ver en qué grado se han alcanzado los aprendizajes al final del período.

11.4. Procedimientos e instrumentos de evaluación

No existe un instrumento o procedimiento ideal para evaluar, por ello es necesario utilizar técnicas variadas de evaluación.

Vamos a realizar en primer lugar, aquellas que permiten evaluar el aprendizaje del alumno a través de las actividades habituales de enseñanza, y en segundo lugar las actividades o pruebas específicas de evaluación.

- a) En cuanto a la evaluación del aprendizaje a través de las actividades de enseñanza, resaltaremos la **observación del trabajo de los alumnos** como un procedimiento esencial para comprobar su progreso, puesto que proporciona información de los alumnos en situaciones diversas y sin las interferencias que provoca el saber que están siendo examinados. Estos trabajos proporcionan al profesor un tipo de información muy valiosa sobre hábitos y métodos de trabajo. Valoraremos la actitud del alumno hacia la materia: atención en clase, asistencia regular, puntualidad e interés, compañerismo.
- b) Se tendrán en cuenta también **otras actividades y trabajos realizados fuera del aula** y encargados por el profesor (comentarios, lecturas recomendadas plan lector, ejercicios propuestos, ..).
- c) En cuanto a las **pruebas específicas de evaluación**, utilizaremos de forma aleatoria las siguientes pruebas:
 - o **Pruebas objetivas** caracterizadas por exigir respuestas cortas que permitan evaluar la memorización, concentración y seguridad de sus conocimientos así como la utilización adecuada de términos e identificación de conceptos. Estas pruebas específicas se compondrán de preguntas de respuesta corta, preguntas de verdadero o falso, de opción múltiple o tipo test, ejercicios de ordenación y de formar parejas y ejercicios

prácticos relacionados con la materia. Estas pruebas pueden ser comentadas, de forma que el alumno deberá comentar o justificar una respuesta.

- **Pruebas de definición de conceptos** en los que se pide al alumnado que exprese un concepto o que proponga ejemplos que lo ilustren.
- **Pruebas de exposición temática** que permitan evaluar la capacidad para manejar una extensa información y presentarla de forma ordenada y coherente.
- **Pruebas de resolución de ejercicios** que permiten evaluar la aplicación de los conceptos teóricos a la práctica.

La evaluación se realizará atendiendo a dos tipos de actuación: "la evaluación continua", que se llevará cabo a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y la "evaluación final", que valorará los resultados del alumno al final del periodo lectivo anual.

12. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La calificación de la materia se obtendrá por media aritmética ponderada de las notas obtenidas por el alumnado.

La evaluación continua se realizará mediante la valoración por el profesor del proceso de aprendizaje a lo largo del curso académico, y fundamentalmente por los resultados obtenidos en las evaluaciones correspondientes en relación con la información ofrecida por el profesor de los contenidos programados en cada una de ellas, y de acuerdo a los siguientes tipos de actuación:

- a) Trabajo del alumnado en el aula y actitud hacia la materia, actividades realizadas tanto dentro como fuera del aula y asistencia a clase. La puntuación correspondiente a este apartado podrá repartirse a criterio del profesor en función de las circunstancias y las actividades realizadas. De modo que, por ejemplo, si no hubiese trabajo alguno en el aula esa puntuación puede recaer en el trabajo fuera del aula u otro concepto. **Coefficiente de ponderación: 20%.**
- b) Pruebas específicas Se realizará al menos 1 prueba individual escrita. En esta prueba se incluirán cuestiones que tendrán la consideración de mínimas, que solucionadas positivamente darán como resultado el aprobado, y otras de distinto nivel, que en mismo sentido, producirán notas más altas. Las pruebas tendrán una duración máxima de 2 horas. **Coefficiente de ponderación: 80%.**

Para superar las evaluaciones el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5. .

El uso de móviles u otras tecnologías sin autorización expresa del profesor, o el hecho de grabar audio o video sin permiso llevan pareja la pérdida de un punto de la nota de la evaluación por cada vez que se haga.

NOTA: El profesor a principios de curso, informará por escrito a los alumnos acerca de los resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación de la materia, así como los requisitos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva en ella.

NOTA 2: El uso del teléfono móvil está prohibido en clase de acuerdo a lo aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing. A aquel alumno al que el profesor avise o llame la atención por uso inadecuado y no autorizado del mismo se le restará un punto de la calificación final de la evaluación en la que se le dio el aviso.

12.1. Plan de Recuperación de Evaluaciones

a.- Prueba recuperación final de evaluaciones de marzo

Si en marzo el alumno tiene alguna evaluación suspensa solo se examinará de las evaluaciones suspensas. Las pruebas de recuperación de evaluaciones serán similares a las realizadas durante la evaluación. Los contenidos de esta prueba versarán sobre los contenidos mínimos.

Para superar el examen el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5. La nota final será la media aritmética de todas las evaluaciones.

b.- Prueba extraordinaria de junio

Si en marzo, después de la prueba de recuperación final, el alumno no aprueba todas las evaluaciones, tendrá que examinarse de todo el módulo en la prueba extraordinaria de junio.

La prueba de recuperación extraordinaria puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Los contenidos de esta prueba versarán sobre los contenidos mínimos.

Para superar la prueba extraordinaria de septiembre el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

c.- Recuperación de pendientes

Los alumnos con el módulo suspenso, después de la convocatoria extraordinaria de junio, se examinarán de ese módulo a lo largo del curso siguiente.

13. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MODULO

Los contenidos mínimos de conocimientos que el alumno deberá poseer para la superación del módulo son los siguientes:

1ª Evaluación:

- La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Gestión de las relaciones con clientes.
- La identidad corporativa y la imagen de marca.
- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.
- El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.
- Estructuras organizativas: organigramas.
- Tipos de organigramas.
- Los *contact centers*. Funciones que desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.
- Concepto de consumidor y usuario.

- Consumidores y usuarios finales e industriales.
- Derechos del consumidor.
- La defensa del consumidor. Normativa legal.
- Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.
- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.
- La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
- El proceso de comunicación.
- Tipos de comunicación.
- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
- La empatía.
- La asertividad.
- La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
- La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
- El correo electrónico. La mensajería instantánea.
- Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).

2ª Evaluación:

- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
- Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones.
- Proceso de tramitación de las reclamaciones.
- Las reclamaciones ante la Administración.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad.
- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.
- El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo.
- Técnicas de negociación en las reclamaciones.
- Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
- Tipos de archivos.
- Organización de documentos de atención al cliente.
- Ficheros de clientes.
- Las bases de datos.
- Bases de datos documentales.
- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
- Manejo de bases de datos de clientes.
- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.

- Normativa legal en materia de protección de datos.
- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento de las anomalías.
- Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente.
- Normativa aplicable en la atención al cliente.
- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
- Programas de fidelización de clientes.

14. RELACION CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS

La contribución de esta programación a los planes, programas y proyectos del instituto se pone de manifiesto de la siguiente forma:

- **Plan de Atención a la Diversidad**: Esta programación recoge medidas de atención a la diversidad.
- **Plan de Acción Tutorial (PAT)**: Se debe organizar el proceso de enseñanza-aprendizaje del grupo de ciclo para poder trabajar a lo largo del curso los siguientes temas: pre y post evaluaciones con el alumnado; entrevistas individuales de orientación; aclarar aspectos en los que hay dudas.
- **Plan de Convivencia**: Ayudan a establecer unas pautas de relación y trato entre compañeros colaborando con el plan de convivencia y prevención de conductas violentas.
- **Plan de Actuación T.I.C.**: Utilización de los medios informáticos como instrumento de consulta y búsqueda de información. Potenciar la presentación de trabajos con soporte digital, informando sobre páginas especialmente interesantes para la materia.
- **Plan Lector**: Favoreciendo que el desarrollo de la competencia lectora se convierta en elemento prioritario del materia de forma que los alumnos se expresen de forma correcta. Se trata de la utilización y contextualización de términos/vocabulario propios y específicos de los contenidos que se estén desarrollando en ese momento, así como de los generales y propios de la Logística. Lectura comprensiva en clase del libro de texto, apuntes desarrollados en el departamento sobre los contenidos que se estén impartiendo o cualquier otro documento (recortes prensa, noticias...) Se contempla el Plan Lector de tal manera que el alumno perciba que: La lectura sirve para informarnos; la lectura sirve para aprender; la lectura sirve para disfrutar y la lectura sirve para opinar.
Como complemento a los contenidos impartidos en las diferentes unidades, es interesante hacer una aproximación al mundo real a través de las noticias que aparecen en la prensa diaria o especializada. Esto permite que los alumnos vean la aplicación práctica de lo que están viendo en clase.

15. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE

En el contexto de la mejora continua, todo proceso es susceptible de ser perfeccionado y esta programación no es una excepción. Como programación anual del módulo, se ve inmersa en una dinámica que permite su modificación año tras año examinando elementos que aporten información extra enfocada a actualizar, y en su caso mejorar todos sus apartados.

Para la evaluación de esta programación se utilizarán dos cauces. El primero consistirá en realizar un análisis comparativo de los resultados obtenidos por los alumnos que han seguido el enfoque presentado en este trabajo con respecto a los resultados del curso anterior.

El segundo cauce consistirá en realizar encuestas anónimas al alumnado para que en cierta medida evalúe la práctica docente. Esta encuesta se realizará un mes antes de la finalización del curso y en ella se insertarán preguntas para detectar en el alumnado aspectos relacionados con:

- El conocimiento que tienen de los resultados de aprendizaje, contenidos, criterios de evaluación y criterios de calificación de la asignatura.
- La utilidad de los recursos educativos empleados.
- La conveniencia de la metodología didáctica seguida.
- Su grado de satisfacción con la filosofía de atención a la diversidad.
- Otros aspectos que en su momento se consideren útiles.

16. BIBLIOGRAFIA

Material Curricular:

- Proyecto Educativo de Centro del IES Las Llamas. Santander
- Proyecto Curricular del Ciclo Formativo.
- Circular de la Dirección General de Inicio de Curso.
- Ley Orgánica 2/2006, de 3 mayo de Educación (BOE 4 mayo 2006).
- Ley de Cantabria 6/2008 de 26 de Diciembre de 2008 (BOC del 30)
- Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- Orden EDU/100/2008, de 21 de noviembre, para regular las condiciones para la evaluación en la CCAA de Cantabria (BOC del 1 de diciembre).
- Orden EDU/5/2006, de 22 de febrero, que regula los PAD (BOC del 8 de marzo);
- Orden EDU/21/2006, de 24 de marzo, que establece las funciones de los diferentes profesionales, en el ámbito a la diversidad (BOC de 7 de abril).

Material Bibliográfico para la Consulta y Ampliación (tanto para el profesor como para los alumnos):

- Libro de texto, J.M. Ariza Ramírez Servicios de Atención Comercial, Mc Graw Hill (2015)
- María Eugenia Escudero, Servicios de Atención Comercial. Editorial Editex (2015).
- *La Constitución Española*
- Periódicos / Revistas: OCU, Expansión, Cinco Días,

Direcciones de Internet:

www.ocu.org

www.ucecantabria.org

www.facua.org

www.ceaccu.org,

www.consumo-ccu.es,

www.oficinadelconsumidor.org...

- **Portales educativos:**

- <http://www.educaweb.com>; <http://www.educaguia.com>;
- <http://www.profes.net>; <http://www.maseducativa.com>, etc.
- Kahoot, socrative

- **Organismos oficiales:**

www.ayto-santander.es,

17. HOJA INFORMATIVA PARA LOS ALUMNOS

HOJA INFORMATIVA PARA LOS ALUMNOS

MODULO: SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR

CICLO: GRADO MEDIO EN TECNICO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

PROFESOR: Francisco Javier Terán Diez

Curso: 2021/22

1. Contenidos, según la orden ECD/82/2014 del Gob. de Cantabria

Los contenidos del módulo están recogidos en la **ECD/82/2014**, de 25 de junio, para la Comunidad Autónoma de Cantabria, que establece como contenidos a impartir los siguientes bloques temáticos:

1. Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:
 - La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
 - Gestión de las relaciones con clientes.
 - La identidad corporativa y la imagen de marca.
 - Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario. Seguimiento de la venta. Servicios postventa. Información y asesoramiento. Atención y satisfacción del cliente. Atención de quejas y reclamaciones.
 - El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones. Funciones. Estructura y organización.
 - Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.
 - * Relación con el departamento de marketing y relaciones públicas.
 - * Relación con el departamento de ventas.
 - * Relación con otros departamentos de la empresa.
 - Estructuras organizativas: organigramas.
 - Tipos de organigramas.
 - Los “contact centers”. Funciones que se desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas
2. Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:
 - La comunicación en la empresa. Información y comunicación.

- El proceso de comunicación. Elementos. Fases del proceso. Dificultades y barreras. Canales y soportes de comunicación.
 - Tipos de comunicación: interna y externa, formal e informal, verbal y no verbal.
 - Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
 - La empatía.
 - La asertividad.
 - La comunicación oral. Normas para hablar en público. La comunicación telefónica. Reglas para la comunicación telefónica. Utilización de las nuevas tecnologías en la comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
 - La comunicación escrita. Reglas para la comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
 - La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
 - El correo electrónico. La mensajería instantánea.
 - Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).
3. Organización de la información relativa a la relación con los clientes:
- Técnicas de organización y archivo de documentación. Finalidad y funciones del archivo. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
 - Tipos de archivos. Archivos centralizados y por departamentos. Archivos temporales y definitivos. Archivos manuales e informáticos. – Organización de documentos de atención al cliente.
 - Ficheros de clientes. Elaboración y actualización de ficheros de clientes.
 - Las bases de datos. Estructura. Funciones. Tipos.
 - Bases de datos documentales.
 - Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM). – Manejo de bases de datos de clientes:
 - * Tratamiento de la información. x Introducción y grabación de datos.
 - * Modificación y actualización de datos.
 - * Búsqueda y recuperación de archivos y registros.
 - * Acceso a la información. Realización de consultas.
 - Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
 - Normativa legal en materia de protección de datos.
4. Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario:
- Concepto de consumidor y usuario.
 - Consumidores y usuarios finales e industriales. La compraventa mercantil. Contratos de compraventa especiales.
 - Derechos del consumidor.
 - La defensa del consumidor. Normativa legal: Art. 51 de la Constitución. Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Ley de Crédito al Consumo. Ley de

Condiciones Generales de la Contratación. Ley de Compraventas celebradas fuera del establecimiento Mercantil. Leyes autonómicas de protección del consumidor. Normativa comunitaria.

- Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. Administración Central, Autonómica y Local. El Defensor del Pueblo. El Tribunal de Defensa de la Competencia.
- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. Asociaciones de consumidores y usuarios. Cooperativas de consumo.
- Sistema arbitral de consumo.

5. Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:

- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
- Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones. Elementos formales. Documentos necesarios o pruebas. Cumplimentación documental.
- Proceso de tramitación de las reclamaciones. Plazos. Presentación ante los organismos competentes.
- Las reclamaciones ante la Administración. Sistemas autonómicos de consumo: potestad sancionadora. Denuncia ante los servicios autonómicos de consumo: admisión de la denuncia e incoación del procedimiento sancionador, alegaciones y prueba, en su caso. Resolución. Los actos administrativos. Elementos. Tipos de actos. Eficacia de los actos. El silencio administrativo.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones. Comunicación oral, escrita y telefónica.
- Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad.
- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones. Objetivos. Aspectos que hay que negociar.
- El plan de negociación. Fases: preparación, estrategia, desarrollo y acuerdo.
- Técnicas de negociación en las reclamaciones.

6. Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario:

- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento de las anomalías. Medidas correctoras. Forma. Plazos.
- Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente. Criterios y métodos de evaluación. Métodos para medir el nivel de satisfacción del cliente. Parámetros y técnicas de control. Aplicación de medidas correctoras.

- Normativa aplicable en la atención al cliente. Ley de ordenación del Comercio Minorista. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico. Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
- Programas de fidelización de clientes: Información. Visitas de seguimiento. Resolución de problemas con rapidez y eficacia. Regalos, descuentos y promociones. Felicitaciones y agradecimientos. Servicios adicionales.

2. Distribución Temporal

El módulo profesional Servicios de Atención Comercial tiene asignada una carga horaria de 80 horas (RD 1688/2011, BOE 27 Diciembre 2011).

Según el calendario escolar aprobado por la Consejería de Educación del Gobierno de Cantabria las clases se impartirán desde el 16 de septiembre hasta 6 de marzo, repartidas en 4 periodos lectivos semanales.

PRIMERA EVALUACIÓN (38h)

Presentación y Evaluación Inicial 3h

Unidad 1: Actividades de atención e información al cliente: 9h

Unidad 2: La Comunicación en la Empresa I: 12h

Unidad 3: La Comunicación en la Empresa II: 12h

Evaluación Unidades 1, 2, 3. (2h)

SEGUNDA EVALUACIÓN (38h)

Unidad 4. Organización de los documentos en las relaciones con clientes: 10h

Unidad 5: Gestión de las relaciones con clientes: 7h

Unidad 6: Protección y defensa del consumidor y usuario: 6h

Unidad 7: Gestión de quejas y reclamaciones del cliente:7h

Unidad 8: Plan de Calidad y mejora del servicio de atención al cliente: 6h

Evaluación Unidades 4, 5, 6, 7, 8 (2h)

3. Criterios de Evaluación y Estándares de Aprendizaje Evaluables, según la orden ECD/82/2014 del Gob. de Cantabria

RA 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.

- b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.
- c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.
- d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.
- e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.
- f) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.

RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.
- b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.
- c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.
- d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.
- e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.
- f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.
- g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.
- h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.

- b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.
- c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.
- d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.
- e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.
- g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.

RA 4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.
- b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.
- c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.
- d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.
- e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.

RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente.
- c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.

- d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.
- e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.
- f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.
- g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.
- h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.
- b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.
- c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.
- e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.
- f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.
- g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.
- h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).

4. Competencias

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título, relacionadas con el módulo **Servicios Atención Comercial**, son las siguientes:

- Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

5. Criterios de Evaluación

5.1. Marco de la Evaluación

Según el **Art. 51.2 del R.D. 1147/2011**, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo “la evaluación se realizará tomando como referencia los objetivos expresados en resultados de aprendizaje, y los criterios de evaluación de cada uno de los módulos profesionales, así como de los objetivos generales del ciclo formativo o curso de especialización”

En relación con la posible existencia de algún alumno confinado por el COVID, se le asignará un método de aprendizaje, evaluación y calificación que aúne las características presenciales con las no presenciales intentando no desvirtuar el proceso de enseñanza

5.2. Criterios de Evaluación

Se aplican los recogidos en la **Orden ECD/82/2014**, de 25 de junio que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Cantabria (punto 2.3 de la presente programación).

5.3. Principios Generales de la Evaluación

El carácter **continuo y formativo** de la evaluación estará incluido en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con el fin de detectar las dificultades en el momento en que se produzcan, averiguar sus causas y adoptar las medidas que se considere necesarias.

Respecto a cuándo evaluar deberemos empezar por la **evaluación inicial** que cumple una función de diagnóstico al proporcionarnos información acerca de la situación del alumno al comienzo del período de enseñanza. **La evaluación formativa** tiene por objeto recoger información a lo largo del proceso de enseñanza para valorar los progresos y dificultades de los alumnos ajustando la ayuda

pedagógica a sus necesidades. Finalmente la **función sumativa** de la evaluación tiene por objeto, ver en qué grado se han alcanzado los aprendizajes al final del período.

5.4. Procedimientos e instrumentos de evaluación

No existe un instrumento o procedimiento ideal para evaluar, por ello es necesario utilizar técnicas variadas de evaluación.

Vamos a realizar en primer lugar, aquellas que permiten evaluar el aprendizaje del alumno a través de las actividades habituales de enseñanza, y en segundo lugar las actividades o pruebas específicas de evaluación.

- a) En cuanto a la evaluación del aprendizaje a través de las actividades de enseñanza, resaltaremos la **observación del trabajo de los alumnos** como un procedimiento esencial para comprobar su progreso, puesto que proporciona información de los alumnos en situaciones diversas y sin las interferencias que provoca el saber que están siendo examinados. Estos trabajos proporcionan al profesor un tipo de información muy valiosa sobre hábitos y métodos de trabajo. Valoraremos la **actitud del alumno hacia la materia**: atención en clase, asistencia regular, puntualidad e interés, compañerismo.
- b) Se tendrán en cuenta también **otras actividades y trabajos realizados fuera del aula** y encargados por el profesor (comentarios, lecturas recomendadas plan lector, ejercicios propuestos, ..).
- c) En cuanto a las **pruebas específicas de evaluación**, utilizaremos de forma aleatoria las siguientes pruebas:
 - o **Pruebas objetivas** caracterizadas por exigir respuestas cortas que permitan evaluar la memorización, concentración y seguridad de sus conocimientos así como la utilización adecuada de términos e identificación de conceptos. Estas pruebas específicas se compondrán de preguntas de respuesta corta, preguntas de verdadero o falso, de opción múltiple o tipo test, ejercicios de ordenación y de formar parejas y ejercicios prácticos relacionados con la materia. Estas pruebas pueden ser comentadas, de forma que el alumno deberá comentar o justificar una respuesta.
 - o **Pruebas de definición de conceptos** en los que se pide al alumnado que exprese un concepto o que proponga ejemplos que lo ilustren.
 - o **Pruebas de exposición temática** que permitan evaluar la capacidad para manejar una extensa información y presentarla de forma ordenada y coherente.
 - o **Pruebas de resolución de ejercicios** que permiten evaluar la aplicación de los conceptos teóricos a la práctica.

La evaluación se realizará atendiendo a dos tipos de actuación: "la evaluación continua", que se llevará cabo a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y la "evaluación final", que valorará los resultados del alumno al final del periodo lectivo anual.

6. Criterios de Calificación

La calificación de la materia se obtendrá por media aritmética ponderada de las notas obtenidas por el alumnado.

La evaluación continua se realizará mediante la valoración por el profesor del proceso de aprendizaje a lo largo del curso académico, y fundamentalmente por los resultados obtenidos en las evaluaciones correspondientes en relación con la información ofrecida por el profesor de los contenidos programados en cada una de ellas, y de acuerdo a los siguientes tipos de actuación:

- c) Trabajo del alumnado en el aula y actitud hacia la materia, actividades realizadas tanto dentro como fuera del aula y asistencia a clase. La puntuación correspondiente a este apartado podrá repartirse a criterio del profesor en función de las circunstancias y las actividades realizadas. De modo que, por ejemplo, si no hubiese trabajo alguno en el aula esa puntuación puede recaer en el trabajo fuera del aula u otro concepto. **Coeficiente de ponderación: 20%.**
- d) Pruebas específicas Se realizarán 1 prueba individual escrita. En esta prueba se incluirán cuestiones que tendrán la consideración de mínimas, que solucionadas positivamente darán como resultado el aprobado, y otras de distinto nivel, que en mismo sentido, producirán notas más altas. Las pruebas tendrán una duración máxima de 2 horas. **Coeficiente de ponderación: 80%.**

Para superar las evaluaciones el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

El uso de móviles u otras tecnologías sin autorización expresa del profesor, o el hecho de grabar audio o video sin permiso llevan pareja la pérdida de un punto de la nota de la evaluación por cada vez que se haga

NOTA: El profesor a principios de curso, informará por escrito a los alumnos acerca de los resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación de la materia, así como los requisitos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva en ella.

NOTA 2: el uso del teléfono móvil está prohibido en clase de acuerdo a lo aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing. A aquel alumno al que el profesor avise o llame la atención por uso inadecuado y no autorizado del mismo se le restará un punto de la calificación final de la evaluación en la que se le dio el aviso.

6.1. Plan de Recuperación de Evaluaciones

a. Prueba recuperación final de evaluaciones de marzo

Si en marzo el alumno tiene alguna evaluación suspensa solo se examinará de las evaluaciones suspensas. Las pruebas de recuperación de evaluaciones serán similares a las realizadas durante la evaluación. Los contenidos de esta prueba versarán sobre los contenidos mínimos.

Para superar el examen el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5. La nota final será la media aritmética de todas las evaluaciones.

b. Prueba extraordinaria de junio

Si en marzo, después de la prueba de recuperación final, el alumno no aprueba todas las evaluaciones, tendrá que examinarse de todo el módulo en la prueba extraordinaria de junio.

La prueba de recuperación extraordinaria puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Los contenidos de esta prueba versarán sobre los contenidos mínimos.

Para superar la prueba extraordinaria de septiembre el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

c. Recuperación de pendientes

Los alumnos con el módulo suspenso, después de la convocatoria extraordinaria de junio, se examinarán de ese módulo a lo largo del curso siguiente.

7. Uso de Métodos Dishonestos

FRAUDES EN LAS PRUEBAS Y PROCESOS DE EVALUACIÓN ACADÉMICA

PRÁCTICAS CONSIDERADAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN ACADÉMICA

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES “Las Llamas” las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.
5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.
6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.
7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.

8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.
9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.
10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.
13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.
14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

CONSECUENCIAS DE LA COMISIÓN DE PRÁCTICAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.

18. MEDIDAS A ADOPTAR EN CASO DE CONFINAMIENTO DEL ALUMNADO

En este caso se utilizarán las siguientes plataformas tecnológicas:

- Microsoft Teams.
- Microsoft Outlook.

En este caso se atenderá, se mostrará, evaluará y calificarán los contenidos expuestos en las plataformas buscando un equilibrio entre la casuística producida y el discurrir normal del módulo