

MÓDULO: Comunicación y Atención al Cliente**1º Administración y Finanzas CFGS****I. INTRODUCCIÓN**

El desarrollo didáctico y la programación del módulo Comunicación Empresarial y Atención al Cliente se obtienen a partir del perfil del Ciclo Formativo de Grado Superior: Técnico Superior en Administración y Finanzas.

Este módulo tiene una duración de 128 horas anuales, con una frecuencia de 4 horas semanales. Además, teniendo en cuenta que el ciclo formativo es Dual, se desarrollarán ciertos resultados de aprendizaje o criterios de evaluación en la Fase de Formación en Empresa u Organismo Equiparado (a partir de ahora FFE) a partir del segundo trimestre. Concretamente, de las 4 horas semanales, 2 se impartirán en el aula y 2 en la empresa.

La programación consta de 8 Unidades de Trabajo. En el siguiente cuadro mostramos la temporalización de dichas unidades didácticas incluyendo en la distribución horaria de cada una de ellas el tiempo necesario para la realización de las pruebas diagnósticas teóricas y prácticas que evaluarán los contenidos de las mismas:

UNIDADES DE TRABAJO		Horas
Unidad 1	La empresa y su organización. EL proceso de comunicación.	14
Unidad 2	La comunicación presencial en la empresa.	10
Unidad 3	La comunicación telefónica y telemática.	20
Unidad 4	Documentos escritos al servicio de la comunicación empresarial	20
Unidad 5	Tratamiento, clasificación y archivo de la documentación empresarial.	15
Unidad 6	Comunicación y atención comercial.	15
Unidad 7	Gestión de conflictos y reclamaciones.	12
Unidad 8	Servicio posventa y fidelización de los clientes.	22
Número Total de Horas		128

Atendiendo al Decreto 327/2010 de 13 de julio (art. 29), “las programaciones didácticas de la formación profesional inicial deberán incluir las competencias profesionales, personales y sociales que hayan de adquirirse.

En el caso del título de Técnico Superior en Administración y Finanzas, estas competencias son las recogidas en el Real decreto 1584/2011 (art.5) e incluyen, entre otras:

- Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- Gestionar los procesos de tramitación administrativa empresarial en relación con las áreas comercial y de atención al cliente.
- Desarrollar la atención al cliente y el servicio postventa.
- Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y organizativos relativos a su entorno profesional.
- Resolver problemas y tomar decisiones siguiendo las normas y procedimientos establecidos.
- Participar activamente en el trabajo en equipo, colaborando, comunicándose y coordinando con otras personas o departamentos.
- Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, conforme a la legislación vigente.
- Participar de manera activa en la vida económica, social y cultural, con una actitud crítica y responsable.

II. RESULTADOS DE APRENDIZAJE. TRATAMIENTO EN CADA UNIDAD

Con las Unidades Didácticas de la sección anterior cubrimos todos los Resultados de Aprendizaje que establece la normativa vigente.

En la siguiente tabla se detallan dichos resultados de aprendizaje y se ponen en relación con las unidades didácticas que los desarrollan:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	UNIDADES DE TRABAJO							
	1	2	3	4	5	6	7	8

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

Según la Orden 18/09 de 2025, en el artículo 3b), hay que especificar “si la superación del módulo o proyecto requiere la superación de la totalidad de los resultados de aprendizaje o solo la de aquellos que se determinen como imprescindibles”. Estos últimos se marcarán con un asterisco (*).

III. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación específicos del módulo descrito a partir de los resultados de aprendizaje correspondientes son los que se especifican y ponderan en la tabla que aparece a continuación.

La ponderación de los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación se ha establecido mediante acuerdo de departamento, en base al principio de autonomía pedagógica y en función de la significancia de los objetivos, competencias y contenidos relacionados con el módulo, de su necesidad para la comprensión de conocimientos, de la relación con tareas principales del técnico/ técnico superior en Administración y Finanzas y del grado de complejidad de las mismas. Dichos resultados corresponden a un 100% de la nota final del módulo.

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

RA2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	15%
a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.	10%
b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.	10%
c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	10%
d) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.	10%
e) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.	10%
f) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.	10%
g) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.	10%
h) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.	10%
i) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.	10%
j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.	10%
RA3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando	20%

critérios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	
a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.	9%
b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.	9%
c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.	9%
d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.	9%
e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.	9%
f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.	9%
g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.	9%
h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.	9%
i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.	9%
j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).	9%
k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.	10%
RA4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y	

recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.	20%
a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.	9%
b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.	9%
c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.	9%
d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.	9%
e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.	9%
f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.	9%
g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.	9%
h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	9%
i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.	9%
j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.	9%
k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.	10%

RA5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.	15%
a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	14%
b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	14%
c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.	14%
d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.	14%
e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	14%
f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	14%
g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.	16%
RA 6: Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.	10%
a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	10%
b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	10%
c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	10%

d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	10%
e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	10%
f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.	10%
g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	10%
h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de	10%
comunicación.	10%
i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.	10%
j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.	10%
RA 7 : Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.	10%
a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.	10%
b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.	10%
c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.	10%
d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.	10%
e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.	10%

f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.	10%
g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	10%
h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	10%
i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.	10%
j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	10%

IV. CONTENIDOS: SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN POR UNIDADES Y TRIMESTRES

A continuación, mostramos una mayor concreción de los contenidos, junto con la distribución de los mismos entre las distintas unidades que componen la programación del módulo.

DESGLOSE DE CONTENIDOS POR UNIDAD DE TRABAJO								
CONTENIDOS	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7	U8
Las organizaciones empresariales. Concepto. Características y tipología de las organizaciones.	X							
Las funciones en la organización. Dirección, planificación, organización y control.	X							
Dirección en la empresa. Estilos de mando.	X							
Los departamentos. Áreas funcionales.	X							

Organigramas. Concepto y clasificación.	X							
Las relaciones humanas y laborales en la empresa. Comunicación e información y Comportamiento.		X						
La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.		X						
Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.		X						
Principios básicos en las comunicaciones orales.		X						
Técnicas y formas de comunicación oral.		X						
Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.		X	X					
Formas de comunicación oral.		X	X					
Barreras de la comunicación verbal y no verbal.		X	X					
Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.		X	X					
Utilización de técnicas de imagen personal.		X	X					
Comunicaciones en la recepción de visitas.		X	X					
Realización de entrevistas. Fases.		X	X					
Realización de presentaciones.		X	X		X			

La comunicación telefónica. La centralita y uso del listín telefónico.			X					
Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas.			X					
Preparación y realización de llamadas.			X					
Identificación de los interlocutores.			X					
La cortesía en las comunicaciones telefónicas.			X					
Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.			X					
Tratamiento de distintas categorías de llamadas.			X					
La videoconferencia.			X					
La comunicación escrita en la empresa. Normas.				X	X		X	
Estilos de redacción. Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional. Técnicas de comunicación escrita.				X	X		X	
Siglas y abreviaturas.				X				
Elementos utilizados en la documentación profesional. El sobre. El papel.				X	X	X		
Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.				X	X	X	X	
Herramientas para la corrección de textos.				X	X	X	X	

Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”. Publicación de documentos con herramientas de la web 2.0					X			
Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.				X	X	X	X	X
La recepción, envío y registro de la correspondencia.								X
Relaciones públicas.							X	
Procedimientos de obtención y recogida de información.								X
Técnicas de atención al cliente. Dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.						X	X	X
El rol del consumidor y/o usuario. Diferencias.							X	X
La protección del consumidor y/o usuario. Derechos y deberes.								X
La defensa del consumidor.								X
Organismos de protección al consumidor. Instituciones públicas y asociaciones de consumidores							X	X
Reclamaciones y denuncias.							X	X
Mediación, conciliación y arbitraje. Concepto y características.							X	

Situaciones en las que se origina una mediación, conciliación o arbitraje.										X	
El valor de un producto o servicio para el cliente.										X	
Actividades posteriores a la venta.											X
El proceso posventa y su relación con otros procesos.											X
Tipos de servicio posventa.											X
La gestión y estándares de calidad en el proceso del servicio posventa. CRM											X
Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa.											X
Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad. Cualitativas y cuantitativas.											X
Fidelización del cliente.											X

La distribución de las unidades didácticas a lo largo de las tres evaluaciones queda reflejada en la siguiente tabla:

Unidades	Evaluación	Horas Aula	Horas Empresa	RA 1	RA 2	RA 3	RA 4	RA 5	RA 6	RA 7	Horas Totales
U1	1 ^a	14		X							52
U2		10			X						
U3		20			X						
		8					X				

U4	2ª	6	6								42
U5		10	5			X	X				
U6		10	5					X			
U7	3ª	5	7						X		34
U8		16	6							X	
Horas RA		99	29	14	30	25	10	15	12	22	128

Las actividades duales propuestas para la fase de formación en empresa son las siguientes:

RA	Unidad Trabajo	Objetivo	Actividades principales	Horas
RA 3	<p>UT 4: Documentos escritos al servicio de la comunicación empresarial.</p> <p>UT 5: Tratamiento, clasificación y archivo de la documentación empresarial.</p>	<p>Que el alumnado sea capaz de redactar documentos profesionales y gestionar su recepción, registro y archivo conforme a criterios empresariales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de documentos internos de la empresa (cartas, correos electrónicos). - Redacción de un documento profesional (carta, correo, informe breve). - Clasificación y archivo de documentos físicos y digitales. - Simulación de registro de entrada y salida de documentación. 	11 h
RA 5	UT 6: Comunicación y atención comercial.	<p>Que el alumnado practique la atención y asesoramiento a clientes aplicando técnicas de comunicación y habilidades sociales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Observación de la atención al cliente presencial y telefónica. - Simulación de atención al cliente (conversaciones tipo). - Análisis de errores y aciertos en la comunicación. 	5 h

RA 6	UT 7: Gestión de conflictos y reclamaciones. UT 8: Servicio posventa y fidelización de clientes.	Que el alumnado gestione reclamaciones y organice el seguimiento posventa, identificando los estándares de calidad en la atención al cliente.	- Observación de procedimientos de gestión de quejas y reclamaciones. - Registro de una reclamación y propuesta de respuesta. - Simulación de una llamada de posventa con cliente. - Revisión de herramientas de fidelización (CRM o similares).	8 h
-------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

V. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

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

- El análisis y aplicación de técnicas de comunicación oral y escrita.
- El conocimiento y manejo de los principios que rigen las habilidades sociales en la empresa.
- Las técnicas de confección y registro de la información y la documentación de la empresa, utilizando las aplicaciones informáticas más avanzadas.
- El análisis de los principios y tendencias en la atención de quejas y el desarrollo del servicio posventa en las organizaciones.
- El conocimiento y valoración de la responsabilidad social corporativa de las organizaciones y su incidencia en la imagen de las mismas.

VI. INSTRUMENTOS Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN ESPECÍFICOS DE MÓDULO

Los instrumentos de evaluación especificados en la programación general del departamento se valorarán atendiendo a las ponderaciones establecidas para los Resultados de Aprendizaje y para los correspondientes criterios de evaluación vistos en los apartados anteriores y resumidos en la tabla que aparece a continuación. Para ello se tendrá en cuenta la nomenclatura siguiente:

- **PO (Pruebas sin material):** Pruebas objetivas de evaluación tanto escritas como orales, como prácticas de administrativo sin utilizar material de apoyo

- **OA (Observación en el Aula):** Realización de trabajos, prácticas, pruebas... tanto individuales como en grupo, con la ayuda del material de apoyo necesario y que se presentarán con regularidad en horario de clase.
- **OE (Observación en la Empresa):** Actividades planteadas por el docente para que el alumnado las desarrolle en la empresa. Estas actividades serán supervisadas y evaluadas tanto por el tutor laboral como por el docente del módulo, quien será el que finalmente las califique.

En el caso del alumnado que haya interrumpido el periodo de FFEOE, éste se incorporará a partir de ese momento a las clases ordinarias, aplicándose los mismos instrumentos y criterios de calificación especificados en el presente punto. En estos casos la empresa u organismo equiparado no llegará a evaluar ninguno de los RRAA y actividades impartidas en periodo de FFEOE.

UNIDADES DE TRABAJO		1	2	3	4	5	6	7	8
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	RA1	X	X						
	RA2			X					
	RA3				X	X			
	RA4					X			
	RA5						X		
	RA6							X	
	RA7								X
INSTRUMENTOS	PO	X	X	X	X	X	X	X	X
	OA	X	X	X	X	X	X	X	X
	OE				X	X	X	X	X

NOTAS:

- La calificación que corresponderá a los Criterios de evaluación asociados a los resultados de aprendizaje ponderará un 100% sobre la nota final.
- La calificación de cada alumno/a se calculará en función de la ponderación de notas obtenidas en cada criterio de evaluación, que a su vez tendrán una ponderación sobre cada resultado de aprendizaje y en la calificación final.
- La calificación del módulo se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las calificaciones iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.
- Los RA marcados con asterisco (*) deberán tener una calificación igual o superior a cinco para la superación del módulo profesional, debido a su relevancia para el perfil profesional del título al que corresponde.
- El alumnado, previamente a su incorporación a la FFEOE, deberá haber superado los Resultados de Aprendizaje correspondientes a Prevención de Riesgos Laborales presentes tanto en el módulo transversal de IPE I, como en aquellos módulos profesionales en los que la PRL esté incluida.

Tratamiento de la recuperación y mejora de la calificación final

Para el alumnado que pese a asistir regularmente a clase y participar en las actividades programadas, no consiga evaluación positiva del módulo por evaluaciones parciales, o bien no haya superado la FFEOE, se plantearán opciones para mejorar las competencias necesarias de manera que pueda seguir el proceso de evaluación continua. Para ello se plantearán prácticas y/o actividades de “repaso de lo aprendido”. Al ser los contenidos de este módulo acumulativos y necesarios para progresar adecuadamente se entiende que cuando el alumno apruebe las evaluaciones parciales tendrá superadas las evaluaciones anteriores no superadas.

Según la Orden de 18/09 de 2025 (art. 22), “el periodo de refuerzo será el comprendido entre las dos evaluaciones finales”, entre el 10/06 y 22/06.

Pérdida de evaluación continua:

La pérdida de la evaluación continua se aplicará al alumnado con un absentismo superior al 20% de la duración total del módulo, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado.

Este Ciclo Formativo tiene carácter presencial, de manera que los alumnos y/o alumnas que no asistan un 20% de las horas de este módulo, perderán el derecho de evaluación continua y tendrán que realizar una serie de pruebas objetivas (indicar cuales) conforme a los criterios de evaluación que estén asociados a los RA no superados.

Situación de las pendientes del plan anterior (en los módulos que proceda)

Se van a realizar dos convocatorias finales, denominadas por la Consejería de Educación en el sistema de gestión Séneca como: Evaluación de pendientes 1º convocatoria, la cual se realizará la última semana de noviembre – primera de diciembre y evaluación de pendientes 2º convocatoria, se realizará a finales de febrero – primeros de marzo.

La no presentación en cada convocatoria y para cada módulo profesional pendiente conlleva la calificación de “No presentado” y consume convocatoria.

VII. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Según el art. 3g) de la Orden 18/09 de 2025, se adaptarán las actividades formativas y de evaluación para el alumnado con discapacidad o necesidades específicas de apoyo educativo. Conforme al DUA y al art. 4.2 de la misma Orden, se priorizará la dimensión práctica del aprendizaje mediante metodologías activas, materiales accesibles y apoyos visuales y tecnológicos. En la evaluación se aplicarán ampliaciones de tiempo, variedad de instrumentos y rúbricas de desempeño, priorizando lo práctico sobre lo teórico. Asimismo, se ofrecerán tutorías, recursos adaptados y accesibilidad a espacios y talleres, garantizando la igualdad de oportunidades.

VII. MATERIALES Y RECURSOS

- Libro recomendado: Comunicación y Atención al Cliente. Editorial: Mc Graw Hill. ISBN: 978-84-486-4201-3.
- Actividades elaboradas por el profesor.
- Ordenadores y proyector.
- Presentaciones power point a través de la plataforma de Mc Graw Hill.
- Conexión a internet.
- Plataforma Moodle.

VII. PROTOCOLO UNIFICADO DE ACTUACIÓN TELEMÁTICA

Para que haya uniformidad a la hora de trabajar de forma telemática y favorecer la atención del alumnado, todo el profesorado del centro debe adoptar las siguientes directrices:

- Se trabajará con el alumnado a través de la plataforma Moodle centros.
- En las videoconferencias con el alumnado y el profesorado se utilizará la herramienta suministrada en Moodle Centros (bbCollaborate).
- La retroalimentación entre profesorado y alumnado se producirá a través de los mecanismos suministrados por la plataforma Moodle.
- Para favorecer la coordinación entre los miembros del equipo docente, además, se podrán utilizar herramientas de Google Drive, por ejemplo:
 - Formularios para recabar información que no tenga carácter personal o confidencial.
 - Hojas de cálculo para organizar actuaciones comunes como el calendario de exámenes de tutoría.
- Uso de Séneca para recabar información de tutoría.

Écija, 15 de octubre de 2025