

PROGRAMACION DIDÁCTICA
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y
ATENCIÓN AL CLIENTE.
CÓDIGO: 0437

CICLO FORMATIVO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA
CURSO: 1º
DURACIÓN: 160 HORAS ANUALES

Profesora: Luisa Company
Curso: 2016/2017

INDICE

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO**
- 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**
- 4. CONTENIDOS DEL MÓDULO**
- 5. METODOLOGIA**
- 6. EVALUACIÓN**
- 7. EDUCACIÓN EN VALORES**
- 8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**
- 9. FOMENTO A LA LECTURA**

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas para el módulo profesional de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente:

El módulo profesional **Comunicación empresarial y atención al cliente** está integrado en el ciclo formativo de grado medio Gestión Administrativa (Referente europeo: CINE-3), perteneciente a la familia profesional de Administración y Gestión y con una duración de 2.000 horas.

La competencia general del título de Técnico en Gestión Administrativa consiste en realizar actividades de apoyo administrativo en el ámbito laboral, contable, comercial, financiero y fiscal, así como de atención al cliente/usuario, tanto en empresas públicas como privadas, aplicando la normativa vigente y protocolos de calidad, asegurando la satisfacción del cliente y actuando según normas de prevención de riesgos laborales y protección ambiental.

De acuerdo con lo dispuesto en el Anexo I del citado Real Decreto 1631/2009, el módulo profesional de Comunicación empresarial y atención al cliente contribuye a alcanzar las siguientes competencias del título:

1. Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
2. Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
3. Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
4. Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa/institución.
5. Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
6. Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
7. Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
8. Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

2. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO

*De acuerdo con lo dispuesto en el Anexo I del Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, el módulo profesional de **Comunicación Empresarial y Atención al Cliente**, contribuye a alcanzar los siguientes objetivos generales del ciclo formativo:*

1. Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
2. Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
3. Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en la tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
4. Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.

5. Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.

6. Transmitir comunicaciones de forma oral, temática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El presente módulo formativo consta de 8 **resultados de aprendizaje** con sus correspondientes **criterios de evaluación**:

1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.
- b) Se ha distinguido entre comunicación e información.
- c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.
- e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
- f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
- g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.
- h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
- i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.

2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.
- b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
- f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.
- h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.
- i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.

3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
- b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.
- d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
- f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
- g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.
- h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.
- i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
- j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.
- k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.
- c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.
- d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones
- e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
- g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
- h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
- i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.
- j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.
- b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/ consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
- c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.
- d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.
- e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.
- f) Se han obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.
- h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.

6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo

Criterios de evaluación:

- a) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- b) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.
- c) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/ reclamaciones.
- d) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.
- e) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- f) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- g) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.
- h) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
- i) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.

7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de marketing.
- b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.
- c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
- d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.
- e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.
- f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.
- g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.

8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.

- b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.
- f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.
- g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.
- h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.
- i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.
- j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramienta

4. CONTENIDOS

4.1 Contenidos Curriculares

a) Selección de técnicas de comunicación empresarial:

- Elementos y barreras de la comunicación.
- Comunicación e información y comportamiento.
- Aplicación de la escucha activa en los procesos de comunicación.
- Criterios de empatía y principios básicos de la asertividad.
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- La organización empresarial. Organigramas.
- Principios de organización.
- Tipos de organización empresarial.
- Departamentos y áreas funcionales tipo.
- Funciones del personal en la organización.
- Relación interdepartamental.
- Descripción de los flujos de comunicación.
- La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa.
- La publicidad y las relaciones públicas.

b) Transmisión de la comunicación oral en la empresa:

- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Normas de información y atención oral.
- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
- Clases de comunicación oral: Diálogo. Discurso. Debate. Entrevista.
- La comunicación no verbal.
- Elementos del lenguaje no verbal.
- La imagen personal.
- La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
- La comunicación telefónica: barreras y dificultades en la transmisión de la información.
- La expresión verbal y no verbal en la comunicación telefónica.
- El teléfono y su uso.
- La centralita.

- Uso del listín telefónico.
- Normas para hablar correctamente por teléfono.
- La informática en las comunicaciones verbales: videoconferencia, chat y otros.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.

c) Transmisión de la comunicación escrita en la empresa

- La comunicación escrita en la empresa. Normas de comunicación y expresión escrita.
- Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en las comunicaciones escritas socioprofesionales. Abreviaturas comerciales y oficiales.
- Características principales de la correspondencia comercial.
- Medios utilizados en la correspondencia comercial: El sobre. El papel. La carta. La carta comercial.
- Estructura. Estilos de las cartas comerciales. Clasificación de las cartas comerciales.
- Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas:
 - memorándum, nota interior, informe, solicitud, oficio, certificado, declaración, recurso y otros.
- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
- El correo electrónico. Uso, estructura y redacción de los e-mails. La recepción de la correspondencia.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería. La salida de la correspondencia de la empresa.
- Procedimientos de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería.
- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

d) Archivo de la información en soporte papel e informático: Archivo de la información en soporte papel:

- Clasificación y ordenación de documentos.
- Normas de clasificación: alfabética, geográfica, por materias, cronológica, decimal. Ventajas e inconvenientes.
- Necesidades de conservación de la documentación.
- Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo. Archivo de documentos.
- Captación, elaboración de datos y su custodia.
- Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.
- Clasificación de la información.
- Utilización de índices.
- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo: Normas a tener en cuenta en el archivo de documentos.
- Confección y presentación de informes procedentes del archivo.
- La purga o destrucción de la documentación.
- Confidencialidad de la información y documentación.
- Archivo de la información en soporte informático: Las bases de datos para el tratamiento de la información. Estructura y funciones de una base de datos.
- Procedimientos de protección de datos.
- Archivos y carpetas: identificación, organización, creación de accesos directos.
- Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.

e) Reconocimiento de necesidades de clientes:

- Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo.
- El conocimiento del cliente y sus motivaciones.
- Elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados.
- Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.
- La percepción del cliente respecto a la atención recibida.
- La satisfacción del cliente. Los procesos en contacto con el cliente externo.

f) Atención de consultas, quejas y reclamaciones:

- El departamento de atención al cliente. Funciones.
- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias y felicitación.
- Elementos de una queja o reclamación.
- Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones. El circuito de las reclamaciones. Gestión reactiva de las reclamaciones.
- Gestión proactiva de las reclamaciones: La anticipación a los errores. El seguimiento de los clientes perdidos.
- El consumidor. Instituciones de consumo: Entes públicos. Entes privados. Normativa en
- materia de consumo: Marco legal estatal, autonómico y local.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias: Recepción. Registro. Acuse de recibo.
- Tramitación y gestión:
- Tipología de las demandas de consumo. Hojas de reclamaciones

g) Potenciación de la imagen de la empresa:

- El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.
- Naturaleza y alcance del marketing. La imagen corporativa. La oferta y la demanda. Definición de marketing. La función del marketing en la empresa. El departamento de marketing.
- Los elementos del marketing: Producto. Precio. Distribución. Promoción. Logística. Relación con los clientes.
- Políticas de comunicación:
- La publicidad: Concepto, principios y objetivos. La publicidad ilícita, los medios, soportes y formas publicitarias.
- Las relaciones públicas.
La Responsabilidad Social Corporativa

h) Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente: La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa:

- Definición de calidad de servicio: factores que influyen. Actuación eficaz en el trato con el cliente. Servicio postventa.
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio. Procedimientos de control del servicio: La calidad de los servicios. Los estándares de calidad del servicio. La anticipación a los problemas.
- Evaluación y control del servicio: La medición de la satisfacción del consumidor. Solución a los problemas de calidad.
- Control del servicio postventa: Procedimientos utilizados en la post-venta. Postventa: análisis de la información. Servicios de asistencia post-venta. Utilización de las herramientas de gestión de relación con clientes (CRM) en la postventa.
- Fidelización de clientes:

- Elementos de fidelización como estrategia de empresa. Fidelización efectiva.

4.2 Secuenciación de los contenidos

Primera evaluación:

- Unidad 1. Empresa y comunicación
- Unidad 2. Comunicación presencial
- Unidad 3. Comunicación telefónica

Segunda evaluación:

- Unidad 4. Comunicación escrita
- Unidad 5. Servicios de correspondencia y paquetería
- Unidad 6. Archivo y clasificación de documentos

Tercera evaluación:

- Unidad 7. Detección y satisfacción de las necesidades del cliente
- Unidad 8. Atención de quejas y reclamaciones
- Unidad 9. Potenciación de la imagen empresarial

5. METODOLOGIA

5.1 Principios metodológicos

Se trabajará en base a los siguientes principios metodológicos:

- El proceso de **enseñanza-aprendizaje** lo basaremos en todo momento en el saber hacer, estableciendo relaciones con los procesos reales de trabajo.
- Conectaremos los conocimientos teóricos en el aula con el **entorno socioeconómico** de la zona: empresas, profesionales y organismos administrativos en que esté ubicado el Centro.
- Crearemos las condiciones necesarias para que el alumno tenga la oportunidad de valorar la repercusión de las diferentes **áreas funcionales** de la empresa y el papel de éstas en la economía de mercado.
- Utilizaremos un **enfoque interdisciplinar** en cuanto a conceptos, técnicas, métodos y procedimientos. Y estableceremos relaciones con otros módulos del ciclo.
- Enseñaremos a **sistematizar** los procesos de trabajo permitiendo mayor agilidad en la realización de las tareas.
- Estableceremos las condiciones apropiadas para **trabajar en grupo**, a los efectos de propiciar la iniciativa del alumnado en el proceso de autoaprendizaje.
Siempre que sea posible utilizaremos los **medios informáticos** como herramienta de trabajo.
Motivaremos al alumno para fomentar en el aula un adecuado clima de trabajo.

5.2 Materiales y recursos didácticos

- Libro de texto: Comunicación empresarial y atención al cliente. Ed. Mc Graw-Hill
Material didáctico adicional facilitado por la profesora.

- Cuaderno del alumno
- Proyector
- Ordenador
- Conexión a Internet

5.3 Actividades extraescolares

Se propondrá la realización de las siguientes actividades extraescolares, así como cualquier actividad organizada por el Centro relacionada con los contenidos del módulo profesional:

- Visita a la Oficina Principal de Correos de Xàtiva
- Oficina Municipal Atención al Consumidor (OMIC).
- Visita del archivo de la biblioteca de Xàtiva
- Visita al archivo municipal de Xativa

6. EVALUACIÓN

La instrucción once de la Resolución de 14 de julio de 2014, de la Dirección General de Centros y Personal Docente, Dirección General de Innovación, Ordenación y Política Lingüística y de Dirección General de Formación Profesional y Enseñanzas en Régimen Especial, por la que se dictan instrucciones sobre ordenación académica y de organización de la actividad docente de los centros de la Comunidad Valenciana que durante el curso 2014 - 2015 impartan ciclos formativos de Formación Profesional, dispone:

La evaluación de las enseñanzas de formación profesional inicial será continua y tendrá en cuenta el progreso del alumno respecto a la formación adquirida en los distintos módulos que componen el ciclo formativo correspondiente.

Los procesos de evaluación se adecuarán a las adaptaciones metodológicas de las que haya podido ser objeto el alumnado **con discapacidad** y se garantizará su accesibilidad a las pruebas de evaluación.

En régimen presencial, será necesaria la asistencia al menos al **85% de las clases y actividades** previstas en cada módulo (*Módulo de 160 horas = 24 faltas injustificadas*). Dicha circunstancia deberá ser acreditada y certificada por la jefatura de estudios a partir de los partes de faltas de asistencia comunicadas por el profesorado que imparte docencia. El incumplimiento de dicho requisito supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua en el módulo donde no se haya alcanzado la asistencia mínima y podrá suponer la anulación de matrícula de acuerdo con lo dispuesto en el apartado duodécimo de la citada Resolución.

➤ **Criterios de calificación:**

Los criterios de calificación a aplicar serán los siguientes:

- ➔ 60%: prueba evaluación
- ➔ 30%: trabajo diario, presentación de trabajos, entrega de actividades
- ➔ 10%: asistencia a clase, participación, actitud

Se realizará una prueba escrita al finalizar cada unidad didáctica. La nota final será la media ponderada de las distintas pruebas escritas. Aquellos alumnos que no hayan superado alguna unidad didáctica como norma general, deberán recuperarla aunque la media salga aprobada, no deberán recuperar cuando el profesor considere que dicho alumno ha trabajado la unidad de forma satisfactoria.

→ **En las pruebas escritas:**

- Cada error gráfico restará 0,2 puntos de la nota final de la prueba y 4 tildes equivaldrán a un error gráfico. La penalización máxima será de 2,5 puntos.
- La inadecuada presentación (márgenes, limpieza del documento), restará hasta 0,5 puntos en cada prueba escrita.

→ **Faltas de asistencia:**

- Cada falta de asistencia no justificada restará 0,1 puntos del 10% correspondiente a dicha calificación.
- De acuerdo con lo dispuesto en las instrucciones de inicio de curso, el alumno que supere el 15% de faltas de asistencia (justificadas o injustificadas) perderá el derecho a evaluación continua.
- Faltas de asistencia a pruebas escritas deberán ser justificadas adecuadamente mediante el correspondiente certificado para poder ser realizadas en un momento posterior.

→ **Presentación de actividades y trabajos**

Las actividades deberán presentarse en la fecha indicada, NO se admitirán con posterioridad.

En casos excepcionales y debidamente justificados, se admitirá la presentación fuera de plazo con la correspondiente penalización

➤ **Criterios de recuperación:**

Aquellos alumnos que no obtengan una calificación igual o superior a 5 se les realizará una recuperación de las unidades pendientes al finalizar la evaluación.

En caso de no superarla deberán recuperar en la convocatoria ordinaria de **junio**.

La recuperación de junio constará:

- a) Prueba escrita sobre los contenidos de la unidad pendiente
- b) Presentación, con anterioridad a la realización de la prueba escrita, de todos los ejercicios realizados en clase de las unidades pendientes.

El alumno que no obtenga una calificación igual o superior a 5 en la convocatoria ordinaria de junio, podrá recuperar la evaluación en la convocatoria extraordinaria de **Julio**. La recuperación tendrá dos partes:

- a) Prueba escrita sobre los contenidos de la unidad pendiente.
- b) Presentación, con anterioridad a la realización de la prueba escrita, de todos los ejercicios que la profesora le indicara en el mes de junio.

La **calificación máxima** que se podrá obtener en las recuperaciones de junio y Julio es de 6.

7. EDUCACIÓN EN VALORES

Para el módulo profesional de **Comunicación empresarial y atención al cliente** los temas transversales que adquieren una mayor significación son: la educación moral y cívica, la educación para la igualdad de oportunidades entre sexos, la educación para la salud y el respeto al medio ambiente.

Se hará especial hincapié en que el alumno adquiera una actitud no sexista en la empresa, para ello será necesario que dicha actitud se aprenda y desarrolle en el propio centro. El alumno ha de ser capaz de mantener una actitud de diálogo, solidaridad y de buena convivencia con los compañeros, profesores y el resto de personal del centro educativo. Así como cuidar los recursos que utiliza (instalaciones, equipos, biblioteca...) evitando costes innecesarios y perjuicios medioambientales.

La seguridad y salud laboral es un componente inseparable del trabajo. Centraremos esfuerzos para que el alumno conozca y adquiera hábitos saludables en su puesto de trabajo, encontrándose entre ellos los **hábitos posturales y ergonómicos** adecuados a la tarea que van a desarrollar en su puesto de trabajo, principalmente en oficinas.

8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Se estará a lo dispuesto en la **Orden de 14 de marzo de 2005**, de la Conselleria de Cultura, Educación y Deporte, por la que se regula la atención al alumnado con necesidades educativas especiales escolarizado en centros que imparten educación secundaria.

9. FOMENTO A LA LECTURA

Se actuará de acuerdo con las directrices del Programa de Fomento de la Lectura implementado en el centro.

