

MÓDULO	CICLO	CURSO	HORAS SEMANALES
Comunicación y Atención al Cliente	Superior de Administración y Finanzas	1º	5
PROFESOR		DIRECCIÓN DE CONTACTO	
José Manuel Mamely Gracia		Dpto. Administración: jmmamely@iespm.es	
		PÁGINA WEB	
		http://administracion.iespm.es	
OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA			
Este módulo contribuye a alcanzar los siguientes objetivos generales del ciclo formativo: <ul style="list-style-type: none"> • 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 de 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. 			
DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS			
1º Trim.	Unidad 1: La organización en la empresa. Proceso de información y comunicación. Unidad 2: La comunicación presencial en la empresa. Unidad 3: Comunicación telefónica y telemática: las redes sociales. Unidad 4: Documentos escritos al servicio de la comunicación empresarial.		
2º Trim.	Unidad 5: Tratamiento y envío de la información empresarial. Unidad 6: Comunicación y atención comercial. Unidad 7: Gestión de conflictos y reclamaciones.		
3º Trim.	Unidad 8: Servicio posventa y fidelización de los clientes. Unidad 9: Simulación.		
BIBLIOGRAFÍA			
LIBRO RECOMENDADO <ul style="list-style-type: none"> • “Comunicación y Atención al Cliente” Editorial Mac Graw Hill. 			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA <ul style="list-style-type: none"> • Kotler Philip & Lane Kevin. “Marketing Management”. Prentice Hall, 2006. Manual clásico dentro de la disciplina del marketing • BARRANCO FRANCISCO, Javier (1993). “Planificación estratégica de Recursos Humanos. Del marketing interno a la planificación”, Pirámide, Madrid. • Bassat, Luís. “El libro rojo de las marcas”. Ediciones Espasa Calpe, S.A. 2006. • BONILLA GUTIÉRREZ, Carlos. La comunicación. Función básica de las relaciones públicas, Editorial TRILLAS, España, 1994. • CORNELLÁ, Alfons (1994). Los recursos de información: ventaja competitiva de las empresa, edit. Mc Graw-Hill, Madrid. • Fischer, Laura y Espejo, Jorge. “Mercadotecnia”. Tercera Edición. Mc Graw Hill. 2004. • FRAUNFOHER THOMPSON, Stephen. Cultura Organizacional. • GOLDBERGER, Gerald M. Comunicación Organizacional, Editorial Diana, México, 1986 			
ENLACES RECOMENDADOS			
Portal de negocios dedicado a ofrecer artículos de opinión y debate en el mundo empresarial. http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/necesidades-deseos.html Revista digital. http://sloanreview.mit.edu/article/the-strategic-communication-imperative/ Web de promoción social, negocios e ideas. http://socialearth.org/ Emprendedores sociales. http://spain.ashoka.org/ www.cincodias.es			
METODOLOGÍA			
Las actividades formativas se desarrollarán desde una metodología participativa y aplicada que se centra en el trabajo del estudiante (presencial y no presencial/individual y en grupo). Las clases teóricas, los seminarios, las clases prácticas, las tutorías, el estudio y trabajo autónomo y el trabajo en grupo son las maneras de organizar los procesos de enseñanza y aprendizaje de esta materia.			



Lección magistral

Presentación en el aula de los conceptos fundamentales y desarrollo de los contenidos propuestos. Propósito: Transmitir los contenidos de la materia motivando al alumnado a la reflexión y a la mentalidad crítica, facilitándole el descubrimiento de las relaciones entre diversos conceptos.

Actividades prácticas

Actividades a través de las cuales se pretende mostrar al alumnado cómo debe actuar a partir de la aplicación de los conocimientos adquiridos. Propósito: Desarrollo en el alumnado de las habilidades instrumentales de la materia.

Seminarios

Modalidad organizativa de los procesos de enseñanza y aprendizaje donde tratar en profundidad una temática relacionada con la materia. Propósito: Desarrollo en el alumnado de las competencias cognitivas y procedimentales de la materia

Actividades individuales

- a) Actividades (guiadas y no guiadas) propuestas por el profesor para profundizar en aspectos concretos de la materia para que el estudiante avance en la adquisición conocimientos y procedimientos de la materia.
- b) Estudio individualizado de los contenidos de la materia.
- c) Actividades evaluativas (informes, exámenes, ...) Propósito: Favorecer en el estudiante la capacidad para autorregular su aprendizaje, planificándolo, evaluándolo y adecuándolo a sus especiales condiciones e intereses.

Actividades grupales

Actividades (guiadas y no guiadas) propuestas por el profesor para profundizar en grupo en aspectos concretos de la materia. Propósito: Favorecer en los estudiantes la generación e intercambio de ideas, la identificación y análisis de diferentes puntos de vista sobre una temática, la transferencia de conocimiento y su valoración crítica.

Tutorías académicas

Manera de organizar los procesos de enseñanza y aprendizaje que se basa en la interacción entre el estudiante y el profesor. Propósito: 1) Orientar el trabajo autónomo y grupal del alumnado, 2) profundizar en distintos aspectos de la materia y 3) orientar la formación académica-integral del estudiante.

PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL

CONVOCATORIA ORDINARIA

Procedimientos

- Observación directa del trabajo diario.
- Análisis y valoración de tareas especialmente creadas para la evaluación.
- Valoración cuantitativa del avance individual.
- Valoración cualitativa del avance individual.

Instrumentos

- Pruebas correspondientes a cada bloque.
- Documentos gráficos o textuales.
- Debates e intervenciones.
- Proyectos personales o grupales.
- Representaciones y dramatizaciones.
- Elaboraciones multimedia.

Porcentaje sobre la calificación final

- Producciones orales y/o escritas: 80%
- Trabajos en clase y en casa: 20 %.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Instrumento

- Prueba escrita.
- Actividades propuestas.



Porcentaje sobre la calificación final

- Prueba escrita: 80%
- Actividades propuestas: 20 %.

ESCENARIO A (ENSEÑANZA-APRENDIZAJE PRESENCIAL Y NO PRESENCIAL)

MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE

- La proporción entre clases virtuales y presenciales dependería de las circunstancias sanitarias. En las clases virtuales se concentraría la enseñanza de índole teórica, en las presenciales se primaría la impartición de problemas.
- Las clases virtuales se impartirán utilizando las plataformas Moodle de Centros y/o Google Meet.
- Como medida adicional, se prestaría especial atención en facilitar material docente a los estudiantes a través de las plataformas Moodle de Centros, Google Classroom y la web del departamento (<http://fq.iespm.es>)
- Las plataformas descritas serán accesibles a través de la cuenta de correo @iespm.es.

MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Procedimientos

- Observación directa del trabajo diario.
- Análisis y valoración de tareas especialmente creadas para la evaluación.
- Valoración cuantitativa del avance individual.
- Valoración cualitativa del avance individual.

Instrumentos

- Pruebas correspondientes a cada bloque.
- Documentos gráficos o textuales.
- Debates e intervenciones.
- Proyectos personales o grupales.
- Representaciones y dramatizaciones.
- Elaboraciones multimedia.

Porcentaje sobre la calificación final

- Producciones orales y/o escritas: 80%
- Trabajos en clase y en casa: 20 %.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Instrumento

- Prueba escrita.
- Actividades propuestas.

Porcentaje sobre la calificación final

- Prueba escrita: 80%
- Actividades propuestas: 20 %.

Las **pruebas tendrán lugar**, si la situación lo permite, **de forma presencial**. Si no fuese posible, las pruebas se plantearían como entregas secuenciadas de respuestas y soluciones de problemas que se realizarán a través de la plataforma Moodle de Centros, Google Classroom y/o Google Meet.

ESCENARIO B (SUSPENSIÓN DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL)

MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE

- Todas las clases serían virtuales. Se impartirán utilizando la plataforma Moodle de Centros y/o Google Meet.
- Como medida adicional, se prestaría especial atención en facilitar material docente a los estudiantes a través de las plataformas Moodle de Centros, Google Classroom y la web del departamento (<http://administracion.iespm.es>).
- Las plataformas descritas serán accesibles a través de la cuenta de correo @iespm.es.

MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA



La distribución de pruebas y tareas evaluables sería la misma que en escenario A, pero dichas pruebas de evaluación continua se llevarían a cabo como entregas secuenciadas de respuestas y soluciones de problemas que se realizarán a través de la plataforma Moodle de Centros, Google Classroom y Google Meet.

Porcentaje sobre la calificación final

- Producciones orales y/o escritas: 80%
- Trabajos en casa: 20 %.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

La prueba se realizará como conjunto de entregas secuenciadas a través de Moodle de Centros, Classroom y Google Meet.

Instrumento

- Prueba escrita.
- Actividades propuestas.

Porcentaje sobre la calificación final

- Producciones orales y/o escritas: 80%
- Trabajo de casa: 20 %.

Las **pruebas tendrán lugar**, si la situación lo permite, **de forma presencial**. Si no fuese posible, las pruebas se plantearían como entregas secuenciadas de respuestas y soluciones de problemas que se realizarán a través de la plataforma Moodle de Centros, Google Classroom y/o Google Meet.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Todo el material desarrollado se encuentra disponible en la página web: <http://administracion.iespm.es>

