



TITULACION	Técnico en Actividades Comerciales	NIVEL	2 MAC
FAMILIA PROFESIONAL	COMERCIO Y MARKETING		
MODULO PROFESIONAL	COMERCIO ELECTRONICO		

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL		
U.D.	Descripción	Tiempo
1	QUE ES UN PLAN DE MARKETING	15
2	COMO SE APLICAN LAS HERRAMIENTAS DEL MARKETING	15
3	COMO SE DISEÑA UNA TIENDA VIRTUAL	16
4	COMO SE HACE EL MANTENIMIENTO DE UNA PAGINA WEB	16
5	COMO SE HACE EL MANTENIMIENTO DE UNA PAGINA WEB	13
6	COMO SE ESTABLECEN RELACIONES CON OTROS USUARIOS DE LA RED	15
7	QUE SON LAS REDES SOCIALES	15
	Total de horas desarrolladas en el módulo profesional	105

EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS**I.- Los instrumentos de evaluación**

- Registro de observación del trabajo diario del alumno/a.
- Resultados de trabajos y de otras actividades de ejecución grupal o individual (la presentación y ejecución dentro del plazo, los errores cometidos, actitud ante el trabajo, que se ajusten a los resultados de aprendizaje, etc.) (Procedimientos)
- Exámenes de contenido teórico - práctico (Conceptos)
- Revisión de cuadernos y trabajos hechos en ordenador.

II.- Criterios de calificación

Para calificar los resultados de aprendizaje se aplicarán lo siguientes porcentajes de valoración:

Contenidos procedimentales	Contenidos conceptuales
30% sobre el 100% de la nota	70% sobre el 100% de la nota

III.- Criterios para la recuperación

El alumno tendrá la posibilidad de recuperar los contenidos no superados en un examen global antes de finalizar cada una de las dos evaluaciones (Diciembre y Marzo)

En lo que a recuperación se refiere, ésta consistirá siempre en un ejercicio escrito, teórico-práctico, según la materia a recuperar. La calificación de ese examen será de "aprobado" (5) o "suspenso" con la nota que obtenga, si es inferior a 5.

Para poder optar a la recuperación de una materia en un sistema de evaluación continua, el alumno debe de haber entregado al menos el 80% de los trabajos y actividades exigidos por cada unidad didáctica. En caso contrario no podrá optar a la recuperación hasta la Convocatoria final.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

- 1.- Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.
- 2.- Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.
- 3.- Realiza el mantenimiento de la pagina web corporativa, la tienda electrónica y el catalogo online, utilizando aplicaciones informáticas.
- 4.- establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.
- 5.-utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de internet.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Los espacios, materiales y recursos didácticos básicos que se necesitan para poder impartir las clases son:

- El aula.
- Pizarra.
- Ordenador del profesorado, con dispositivo de proyección.
- Pantalla para proyección.
- Altavoces.
- Ordenadores para el alumnado con conexión a Internet
- Libro de texto "COMERCIO ELECTRONICO. Ed. Mc. Graw Hill



TITULACION	Técnico en Actividades Comerciales	NIVEL	2 MAC
FAMILIA PROFESIONAL	COMERCIO Y MARKETING		
MODULO PROFESIONAL	HORAS DE LIBRE CONFIGURACIÓN		

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL		
U.D.	Descripción	Tiempo
1	La iniciativa emprendedora y el plan de empresa	39
2	Creación de un pequeño comercio	30
	Total de horas desarrolladas en el módulo profesional	69

EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS**I.- Los instrumentos de evaluación**

El proceso de enseñanza-aprendizaje se basará en el desarrollo coordinado de un PLAN DE EMPRESA realizado de forma individual por cada alumno.

Los **contenidos teóricos** se desarrollaran en las unidades didácticas correspondientes en las horas de clase del módulo Gestión del pequeño comercio, dejando las de libre configuración para la elaboración del **Plan de empresa**, en donde el alumno aplicará los conocimientos adquiridos, bajo la supervisión del profesor que resolverá las dudas y orientará sobre el desarrollo a seguir.

Cada alumno individualmente, elaborará un Proyecto de creación de un comercio en el entorno de Jerez de la Frontera, basado en el siguiente guión:

- 1.- Introducción: Datos personales y profesionales del promotor
- 2.- Definición del producto/mercado
- 3.- Estudio de mercado:
 - Análisis externo: Micro y macro entorno
 - Análisis interno
 - Análisis DAFO
- 4.- Plan de marketing
 - Producto
 - Precio
 - Distribución
 - Comunicación
- 5.- Infraestructuras
- 6.- Organización y recursos humanos
- 7.- Plan económico-financiero
 - Plan de inversiones y gastos
 - Plan de financiación
 - Cuenta de pérdidas y ganancias
 - Previsión de tesorería: Cobros y pagos
 - Balance de situación
- 8.- Seguridad y Salud Laboral
- 9.- Forma jurídica y trámites
- 10.- Viabilidad del negocio

II.- Criterios de calificación

El proyecto de creación del plan de empresa debe hacerse para una empresa que pertenezca al sector del Comercio y debe presentarse:

- De forma encuadernada y atractiva conteniendo nombre del proyecto y alumno que lo ha elaborado
- Cada página debe contener encabezado y pie para saber en todo momento qué proyecto es y quien/es son sus promotores.
- Índice de cada uno de los apartados que contiene el proyecto



- Utilización de programas informáticos Word, Excel y Power Point (éste último optativo)

La evaluación formativa se realizará mediante la realización del PROYECTO EMPRESARIAL basándome en:

1. Contenido del proyecto:
2. Utilización del formato adecuado
3. Exposición oral del Proyecto

Los criterios de evaluación serán la elaboración del Plan de empresa en sí y, los criterios de calificación para valorar dicho trabajo, se hará en base a la siguiente puntuación: 50 puntos como máximo:

1. Formato del documento 40 puntos:

Documento 5 puntos
Portada 5 puntos
Contenido 30 puntos

2. Exposición 10 puntos

La nota final de las Horas de libre configuración, debe coincidir con la del módulo Gestión de un Pequeño comercio. No obstante para aprobar éste, se debe tener superado el Plan de Empresa y la exposición del mismo.

III.- Criterios para la recuperación

Aquellos alumnos que no hayan logrado terminar el Plan de empresa en la fecha prevista no podrán presentarse a la exposición pero tendrán la opción de repetirlo en la siguiente convocatoria del mes de Junio.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Estas dos unidades didácticas engloban todos los resultados de aprendizaje establecidos para el módulo de Gestión del pequeño comercio, aunque básicamente se concentren en los indicados anteriormente con los siguientes criterios de evaluación:

- 1. Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.**
- 2. Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.**

El desarrollo de los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, se encuentran ampliamente desarrollados en la **ORDEN de 28 de julio de 2015 (BOJA 16-09-2015)**

RECURSOS DIDÁCTICOS

Los espacios, materiales y recursos didácticos básicos que se necesitan para poder impartir las clases son:

- El aula.
- Pizarra.
- Ordenador del profesorado, con dispositivo de proyección.
- Pantalla para proyección.
- Altavoces.
- Ordenadores para el alumnado con conexión a Internet
- Calculadora



TITULACION	Técnico en Actividades Comerciales	NIVEL	2 MAC
FAMILIA PROFESIONAL	COMERCIO Y MARKETING		
MODULO PROFESIONAL	Venta Técnica		

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL		
U.D.	Descripción	Tiempo
01	El mercado de productos industriales.	19
02	La venta de servicios: características.	16
03	La Venta de servicios: Confección de ofertas comerciales.	16
04	La venta de Productos tecnológicos.	19
05	La venta de productos de alta gama.	14
06	La comercialización de inmuebles.	8
07	El proceso de venta de inmuebles.	8
08	Telemarketing.	20
Total de horas desarrolladas en el módulo profesional		120

EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS**I.- Los instrumentos de evaluación**

- Registro de observación del trabajo diario del alumno/a (cómo se desenvuelve y participa en clase)
- Resultados de trabajos y de otras actividades de ejecución grupal o individual (la presentación y ejecución dentro del plazo, los errores cometidos, actitud ante el trabajo, que se ajusten a los resultados de aprendizaje, etc.) (Procedimientos)
- Exámenes de contenido teórico - práctico (Conceptos)
- Revisión de cuadernos.

II.- Criterios de calificación

Para calificar los resultados de aprendizaje se aplicarán lo siguientes porcentajes de valoración:

Contenidos procedimentales	Contenidos conceptuales
20% sobre el 100% de la nota	80% sobre el 100% de la nota

III.- Criterios para la recuperación

El alumno tendrá la posibilidad de recuperar los contenidos no superados en un examen global antes de finalizar cada una de las dos primeras evaluaciones (Diciembre y Marzo)

En lo que a recuperación se refiere, ésta consistirá siempre en un ejercicio escrito, teórico-práctico, según la materia a recuperar.



Para poder optar a la recuperación de una materia en un sistema de evaluación continua, el alumno debe de haber entregado al menos el 80% de los trabajos y actividades exigidos por cada unidad didáctica. En caso contrario no podrá optar a la recuperación hasta la Convocatoria final.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales)
2. Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente.
3. Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes.
4. Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garanticen la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada.
5. Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector
- 6.. Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones.
7. Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso.

El desarrollo de los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, se encuentran ampliamente desarrollados en la ORDEN de 28 de julio de 2015 (BOJA 16-09-2015)

RECURSOS DIDÁCTICOS

Los espacios, materiales y recursos didácticos básicos que se necesitan para poder impartir las clases son:

- El aula.
- Pizarra.
- Ordenador del profesorado, con dispositivo de proyección.
- Pantalla para proyección.
- Altavoces.
- Ordenadores para el alumnado con conexión a Internet
- Revistas y prensa especializada.
- Libro de texto "Venta Técnica" y sus actividades individuales, en grupo, enlaces de internet, videos (Ed. Mc. Graw Hill)
- Calculadora
- Modelos e impresos oficiales o no que se necesiten para la resolución de cualquier caso.



TITULACION	Técnico en Actividades Comerciales	NIVEL	2º Medio Actividades Comerciales
FAMILIA PROFESIONAL	COMERCIO Y MARKETING		
MODULO PROFESIONAL	Gestión de compras.		

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL		
U.D.	Descripción	Tiempo
1	La gestión de compras en la pequeña empresa	6
2	Previsión de la demanda y gestión de stocks	10
3	Selección de proveedores	13
4	El contrato de compraventa	11
5	Los documentos relacionados con la compraventa	13
6	Los medios de cobro y pago en la empresa	13
7	La recepción de pedidos	8
8	Gestión de surtido	7
9	Empleo del Terminal Punto de Venta (TPV en la gestión de la compraventa	7

EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS**I.- Los instrumentos de evaluación**

- Registro de observación del trabajo diario del alumno/a (cómo se desenvuelve y participa en clase)
- Resultados de trabajos y de otras actividades de ejecución grupal o individual (la presentación y ejecución dentro del plazo, los errores cometidos, actitud ante el trabajo, etc.)
- Exámenes y/o ejercicios de clase o fuera de ella, de contenido teórico - práctico

II.- Criterios de calificación

Todas las unidades temáticas tendrán una calificación, que deberá ser positiva.

La calificación de cada unidad temática será la media ponderada de:

. Exámenes y/o trabajos de casa o fuera de ella: 90 % del total de la calificación.

. El restante 10 % se considerará a través de la actitud del alumno, según su implicación en la dinámica de clase.

La calificación de las evaluaciones vendrá dada por la media aritmética de la calificación global de todas y cada una de las unidades temáticas que concurren en ella. Para que la evaluación sea positiva, todas las unidades temáticas deberán tener una calificación positiva.

La calificación del módulo profesional vendrá dada por la media aritmética de todas las unidades temáticas impartidas.

III.- Criterios de recuperación.

La recuperación versará sobre las unidades no superadas, tanto en primera instancia, después de la correspondiente evaluación, como en Junio.

La forma de recuperación de las unidades temáticas suspensas consistirá siempre en un ejercicio escrito teórico-práctico, según la materia a que se refiere.

La calificación de los exámenes de recuperación será de "aprobado/a" o "suspenso/a"

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

Los resultados de aprendizaje a obtener son:

- 1.- Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación.
- 2.- Realiza planes de aprovisionamiento de mercaderías, utilizando técnicas de selección de proveedores que garanticen el suministro permanente y periódico de la tienda, seleccionar y/o actualizar la información de proveedores.
- 3.- Tramita la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compras.
- 4.- Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra.
- 5.- Comprueba la idoneidad del surtido implantado en el establecimiento comercial, calculando su rentabilidad y detectando productos caducados, obsoletos y oportunidades de nuevos productos.
- 6.- Realiza la gestión de compraventa de un establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV)

El desarrollo de los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, se encuentran ampliamente desarrollados en la ORDEN de 28 de julio de 2015 (BOJA 16-09-2015)

RECURSOS DIDÁCTICOS

Los espacios, materiales y recursos didácticos básicos que se necesitan para poder impartir las clases, son:

- . Libro de texto "Gestión de Compras", Ed. Mc Graw-Hill.
- . Ordenador del profesorado, con dispositivo de proyección.
- . Pantalla para proyección.
- . Ordenadores para el alumnado.
- . Revistas y prensa especializada.
- . Pizarra



TITULACION	Técnico en Actividades Comerciales	NIVEL	2 MAC
FAMILIA PROFESIONAL	COMERCIO Y MARKETING		
MODULO PROFESIONAL	Gestión de un pequeño comercio		

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL		
U.D.	Descripción	Tiempo
01	La empresa	10
02	La forma jurídica de la empresa	20
03	La iniciativa emprendedora y el plan de empresa	16
04	Creación de un pequeño comercio	14
05	El plan de inversiones en el establecimiento comercial	20
06	La gestión económica y la tesorería en el pequeño comercio	24
07	Obligaciones fiscales en el establecimiento comercial	20
08	Documentos de compra venta, de cobro y de pago	18
09	La contabilidad en el establecimiento comercial	20
10	La gestión de los recursos humanos	10
11	La calidad del servicio al cliente	8
Total de horas desarrolladas en el módulo profesional		180

EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS

I.- Los instrumentos de evaluación

- Registro de observación del trabajo diario del alumno/a (cómo se desenvuelve y participa en clase)
- Resultados de trabajos y de otras actividades de ejecución grupal o individual (la presentación y ejecución dentro del plazo, los errores cometidos, actitud ante el trabajo, que se ajusten a los resultados de aprendizaje, etc.) (Procedimientos)
- Exámenes de contenido teórico - práctico (Conceptos)
- Revisión de cuadernos.

II.- Criterios de calificación

Para calificar los resultados de aprendizaje se aplicarán lo siguientes porcentajes de valoración:

Contenidos procedimentales	Contenidos conceptuales
30% sobre el 100% de la nota	70% sobre el 100% de la nota

III.- Criterios para la recuperación

El alumno tendrá la posibilidad de recuperar los contenidos no superados en un examen global antes de finalizar cada una de las dos evaluaciones (Diciembre y Marzo)

En lo que a recuperación se refiere, ésta consistirá siempre en un ejercicio escrito, teórico-práctico, según la materia a recuperar. La calificación de ese examen será de "aprobado" (5) o "suspense" con la nota que obtenga, si es inferior a 5.

Para poder optar a la recuperación de una materia en un sistema de evaluación continua, el alumno debe de haber entregado al menos el 80% de los trabajos y actividades exigidos por cada unidad didáctica. En caso contrario no podrá optar a la recuperación hasta la Convocatoria final.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.
2. Determina la forma jurídica de la empresa y los trámites que se exigen para su creación y puesta en marcha, aplicando la normativa mercantil, laboral y fiscal vigente.
3. Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.
4. Elabora un plan de inversiones básico, identificando los activos fijos que se requieren, su forma de adquisición y los recursos financieros necesarios, en función de las características de la tienda y de los productos que se van a comercializar.
5. Planifica la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio, estableciendo el sistema de fijación de precios que garantice su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.
6. Gestiona la documentación comercial y de cobro y pago derivada de la compraventa de los productos y/o servicios prestados, respetando la normativa mercantil y fiscal vigente.
7. Gestiona el proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa, aplicando la legislación mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable para las pymes.
8. Elabora un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con atención personalizada al cliente, potenciando la singularidad y la competitividad del comercio.

El desarrollo de los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, se encuentran ampliamente desarrollados en la ORDEN de 28 de julio de 2015 (BOJA 16-09-2015)

RECURSOS DIDÁCTICOS

Los espacios, materiales y recursos didácticos básicos que se necesitan para poder impartir las clases son:

- El aula.
- Pizarra.
- Ordenador del profesorado, con dispositivo de proyección.
- Pantalla para proyección.
- Altavoces.
- Ordenadores para el alumnado con conexión a Internet
- Revistas y prensa especializada.
- Libro de texto "Gestión de un pequeño comercio". Ed. Mc. Graw Hill
- Calculadora
- Modelos e impresos oficiales: IVA, nómina, facturas, tablas y bases de cotización, etc.



TITULACION	TECNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	NIVEL	2MAC
FAMILIA PROFESIONAL	COMERCIO Y MARKETING		
MODULO PROFESIONAL	SERVICIO DE ATENCION COMERCIAL		

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL		
U.D.	Descripción	Tiempo
1	LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE LAS EMPRESAS	16
2	COMUNICACIÓN PRESENCIAL EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE	16
3	COMUNICACIÓN NO PRESENCIAL EN LA ATENCIÓN COMERCIAL	16
4	DETECCIÓN, ATENCIÓN Y TRAMITACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	10
6	CONTROL DE CALIDAD Y MEJORA DEL SERVICIO	10
7	CASO PRACTICO DE SIMULACIÓN	4
Total de horas desarrolladas en el módulo profesional		84

EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS	
I.- Los instrumentos de evaluación <ul style="list-style-type: none">• Registro de observación del trabajo diario del alumno/a (cómo se desenvuelve y participa en clase)• Resultados de trabajos y de otras actividades de ejecución grupal o individual (la presentación y ejecución dentro del plazo, los errores cometidos, actitud ante el trabajo, que se ajusten a los resultados de aprendizaje, etc.) (Procedimientos)• Exámenes de contenido teórico - práctico (Conceptos)• Revisión de cuadernos.	
II.- Criterios de calificación <p>Para calificar los resultados de aprendizaje se aplicarán lo siguientes porcentajes de valoración:</p>	
Contenidos procedimentales	Contenidos conceptuales
30% sobre el 100% de la nota	30% sobre el 100% de la nota
III.- Criterios para la recuperación <p>El alumno tendrá la posibilidad de recuperar los contenidos no superados en un examen global antes de finalizar cada una de las dos evaluaciones (Diciembre y Marzo)</p> <p>En lo que a recuperación se refiere, ésta consistirá siempre en un ejercicio escrito, teórico-práctico, según la materia a recuperar. La calificación de ese examen será de "aprobado" (5) o "suspense" con la nota que obtenga, si es inferior a 5.</p> <p>Para poder optar a la recuperación de una materia en un sistema de evaluación continua, el alumno debe de</p>	



haber entregado al menos el 80% de los trabajos y actividades exigidos por cada unidad didáctica. En caso contrario no podrá optar a la recuperación hasta la Convocatoria final.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.**
2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada
3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.
4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.
5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.
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

RECURSOS DIDÁCTICOS

Los espacios, materiales y recursos didácticos básicos que se necesitan para poder impartir las clases son:

- El aula.
- Pizarra.
- Ordenador del profesorado, con dispositivo de proyección.
- Pantalla para proyección.
- Altavoces.
- Ordenadores para el alumnado con conexión a Internet
- Revistas y prensa especializada.
- Libro de texto "Servicio de atención comercial" Ed. Mc. Graw Hill