

Programación del módulo

COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Grado Superior

Ciclo Formativo

ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

CURSO: 2017-2018

Profesora: María Mercedes Sánchez Brenes

1. DATOS GENERALES DEL MÓDULO.

Ciclo Formativo:	NOMBRE DEL TÍTULO: Técnico en Administración y Finanzas FAMILIA: Administración
Normativa que regula el título	<ul style="list-style-type: none">• <u>Real Decreto 1584/2011, de 4 de noviembre</u>, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas y se fijan sus enseñanzas mínimas.• <u>Orden de 11 de marzo de 2013</u>, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas.
Módulo Profesional:	Nº Código: 0437 Nombre : Comunicación y atención al cliente
Características del Módulo:	Nº horas: 160(5 horas semanales)
Profesora	María Mercedes Sánchez Brenes

- Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación de la empresa, tales como:
 - Recepción de visitas y atención telefónica.
 - Recepción, tramitación y gestión de documentación.
 - Atención al cliente/usuario.
 - Elaboración, registro y archivo de documentación.
 - La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a la situación de atención/asesoramiento al cliente
 - La realización de las gestiones pertinentes con los departamentos afectados para consultas, reclamaciones y atención postventa
 - La tramitación de las reclamaciones y denuncias.
 - La aplicación de los estándares de la calidad en la prestación del servicio.
 - La aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa.

- Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican fundamentalmente:
 - En todos los ámbitos de la empresa, tanto interno como externo y en todo tipo de empresas, independientemente del sector al que pertenezcan.
 - Especialmente, en el apoyo administrativo a las tareas que desarrollan los departamentos de Atención al cliente y Marketing en las empresas de los diferentes sectores económicos

2. OBJETIVOS DEL MÓDULO

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a) Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.
- b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- c) Identificar y seleccionar las expresiones de lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.
- d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
- e) Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial.
- f) Organizar las tareas administrativas de las áreas funcionales de la empresa para proponer líneas de actuación y mejora.
- g) Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.
- h) Reconocer la interrelación entre las áreas comercial, financiera, contable y fiscal para gestionar los procesos de gestión empresarial de forma integrada.
- i) Interpretar la normativa y metodología aplicable para realizar la gestión contable y fiscal.
- j) Elaborar informes sobre los parámetros de viabilidad de una empresa, reconocer los productos financieros y los proveedores de los mismos, y analizar los métodos de cálculo financieros para supervisar la gestión de tesorería, la captación de recursos financieros y el estudio de viabilidad de proyectos de inversión.
- k) Preparar la documentación así como las actuaciones que se deben desarrollar, interpretando la política de la empresa para aplicar los procesos administrativos establecidos en la selección, contratación, formación y desarrollo de los recursos humanos.
- l) Reconocer la normativa legal, las técnicas asociadas y los protocolos relacionados con el departamento de recursos humanos, analizando la problemática laboral y la documentación derivada, para organizar y supervisar la gestión administrativa del personal de la empresa.
- m) Identificar la normativa vigente, realizar cálculos, seleccionar datos, cumplimentar documentos y reconocer las técnicas y procedimientos de negociación con

proveedores y de asesoramiento a clientes, para realizar la gestión administrativa de los procesos comerciales.

n) Reconocer las técnicas de atención al cliente/usuario, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades relacionadas.

ñ) Identificar modelos, plazos y requisitos para tramitar y realizar la gestión administrativa en la presentación de documentos en organismos y administraciones públicas.

o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personal y colectiva, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.

u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.

v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

w) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

3. COMPETENCIAS DEL MÓDULO

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación: La competencia general de este título consiste en organizar y ejecutar las operaciones de gestión y administración en los procesos comerciales, laborales, contables, fiscales y financieros

de una empresa pública o privada, aplicando la normativa vigente y los protocolos de gestión de calidad, gestionando la información, asegurando la satisfacción del cliente y/o usuario y actuando según las normas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental.

Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas, información obtenida y/o necesidades detectadas.
- c) Detectar necesidades administrativas o de gestión de la empresa de diversos tipos, a partir del análisis de la información disponible y del entorno.
- d) Proponer líneas de actuación encaminadas a mejorar la eficiencia de los procesos administrativos en los que interviene.
- e) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- f) Gestionar los procesos de tramitación administrativa empresarial en relación a las áreas comercial, financiera, contable y fiscal, con una visión integradora de las mismas.
- g) Realizar la gestión contable y fiscal de la empresa, según los procesos y procedimientos administrativos, aplicando la normativa vigente y en condiciones de seguridad y calidad.
- h) Supervisar la gestión de tesorería, la captación de recursos financieros y el estudio de viabilidad de proyectos de inversión, siguiendo las normas y protocolos establecidos.
- i) Aplicar los procesos administrativos establecidos en la selección, contratación, formación y desarrollo de los Recursos Humanos, ajustándose a la normativa vigente y a la política empresarial.
- j) Organizar y supervisar la gestión administrativa de personal de la empresa, ajustándose a la normativa laboral vigente y a los protocolos establecidos.
- k) Realizar la gestión administrativa de los procesos comerciales, llevando a cabo las tareas de documentación y las actividades de negociación con proveedores, y de asesoramiento y relación con el cliente.
- l) Atender a los clientes/usuarios en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y ajustándose a criterios éticos y de imagen de la empresa/institución.
- m) Tramitar y realizar la gestión administrativa en la presentación de documentos en diferentes organismos y administraciones públicas, en plazo y forma requeridos.
- n) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

- ñ) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.
- o) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.
- p) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- q) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.
- r) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos”, en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- s) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
- t) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

R.A. 1 **Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, y distingue entre internas y externas**

• **Criterios de evaluación:**

- a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales, sectoriales, de tamaño y organizativas.
- b) Se han analizado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control, valorando la importancia de la responsabilidad en el desarrollo de las mismas.
- c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.
- d) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama, identificándolos en un caso práctico.
- e) Se ha elaborado el organigrama de acuerdo con la estructura departamental propuesta.
- f) Se han analizado los estilos de mando predominantes en las empresas, relacionándolos con el clima laboral que generan.
- g) En un caso práctico convenientemente caracterizado, se ha identificado el estilo de mando de la organización y los errores de comunicación que se deriven del mismo.
- h) Se han distinguido los tipos de demanda de información más usuales, estableciendo la relación entre éstas y el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.
- i) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales, identificando las características, factores y principales problemas de los mismos.
- j) 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.
- k) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.
- l) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.
- m) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales de una organización.

R.A. 2 Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, mediante la aplicación de técnicas de comunicación adaptadas a la situación y al interlocutor

▪ **Criterios de evaluación:**

- a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.
- b) Se han detectado las interferencias producidas por las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje.

- c) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- d) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, estructurada, con precisión, cortesía, respeto y sensibilidad.
- e) Se han aplicado las técnicas de comunicación oral adecuadamente en situaciones simuladas de comunicación presencial.
- f) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.
- g) Se han aplicado las técnicas de comunicación oral adecuadamente en situaciones simuladas de comunicación presencial.
- h) Se ha valorado la comunicación no verbal como medio de comunicación de la imagen de la organización.
- i) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales.
- j) Se tienen en cuenta costumbres socioculturales y usos empresariales.
- k) Se han observado las debidas normas de cortesía en situaciones simuladas de comunicación presencial.
- l) Se ha realizado una presentación o una exposición oral sobre un tema de un ámbito profesional específico.
- m) Se ha valorado la escucha activa y hablar adecuadamente en público en la mejora de los procesos de comunicación presencial.
- n) Se han descrito las especificidades y principales componentes de una adecuada atención telefónica.
- o) Se han descrito los medios, equipos y prestaciones necesarios para una adecuada atención telefónica.
- p) Se ha aplicado el protocolo establecido para las comunicaciones telefónicas, utilizando el léxico y las expresiones adecuadas, transmitiendo la información de forma clara, estructurada y precisa, con cortesía, respeto y sensibilidad.
- q) Se han realizado y recibido llamadas telefónicas de forma efectiva.
- r) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación telefónica (sonrisa, tono, elocución, escucha activa, lenguaje positivo, etc.).
- s) Se han detectado las interferencias producidas en la comprensión de un mensaje telefónico.
- t) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.
- u) Se han tenido en cuenta las costumbres y los usos empresariales, aplicando técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telefónicas de la organización.
- v) Se han descrito los tipos de comunicación telemática, así como su adecuada utilización empresarial.
- w) Se ha aplicado el protocolo establecido para las comunicaciones telemáticas, utilizando el léxico y expresiones adecuadas.

- x) Se ha identificado el protocolo de realización y recepción para una comunicación telemática efectiva.
- y) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.
- z) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.

R.A. 3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

▪ **Criterios de evaluación:**

- a) Se describen adecuadamente las principales características y elementos de la comunicación escrita frente a otros tipos de formas de transmisión de información.
- b) Se ha identificado al destinatario, observando las normas de protocolo.
- c) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.
- d) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.
- e) Se han explicado los elementos y recursos básicos de la expresión escrita (puntuación, ortografía, cohesión y coherencia, estructura, terminología y forma adecuada, redacción clara, concisa y coherente del documento).
- f) Se han identificado herramientas de corrección de textos, aplicando criterios de corrección lingüística, gramatical, ortográfica y semántica.
- g) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.
- h) Se ha supervisado la redacción de documentos escritos de carácter institucional de acuerdo con los objetivos propuestos y utilizando el lenguaje adecuado.
- i) Se han elaborado resúmenes diarios de prensa sobre los asuntos propuestos.
- j) Se han redactado notas de prensa de acuerdo con manuales de estilo tipo.
- k) Se han organizado e identificado los elementos de un dossier de prensa.
- l) Se han identificado los soportes y los canales más adecuados para elaborar y transmitir los documentos, en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
- m) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia.
- n) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.
- o) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.

R.A. 4 Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas

▪ **Criterios de evaluación:**

- a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita por medios telemáticos.
- b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.
- c) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.
- d) Se ha seleccionado el medio de transmisión de información más adecuado.
- e) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados.
- f) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de correspondencia.
- g) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado.
- h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información.
- i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información.
- j) Se han aplicado, al elaborar y archivar la documentación, las técnicas 3R.
- k) Se valora las consecuencias de una infección por virus al abrir mensajes y archivos.
- l) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.
- m) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos para las empresas e instituciones públicas y privadas.
- n) Se ha interpretado la legislación vigente aplicable sobre protección de datos.

R.A. 5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.

▪ **Criterios de evaluación:**

- a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario.
- b) Se ha descrito la figura del cliente y su importancia para la empresa.

- c) Se diferencian los distintos tipos de clientes.
- d) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente.
- e) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.
- f) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.
- g) Se han identificado qué influye en la prestación del servicio al cliente.
- h) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- i) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.
- j) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente y se ha identificado y localizado la información a suministrar al cliente.
- k) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos de clientes.
- l) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes de acuerdo con las especificaciones recibidas.

R.A. 6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.

▪ **Criterios de evaluación:**

- a) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias.
- b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- c) Se han relacionado los elementos de la reclamación con las fases que componen el plan de resolución de quejas/reclamaciones.
- d) Se han diferenciado los tipos de demanda y las situaciones en las que se formulan.
- e) Se ha gestionado la información a suministrar al cliente ante una reclamación.
- f) Se han determinado los documentos para gestionar quejas y reclamaciones.
- g) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos.
- h) Se formula la respuesta más adecuada a los requerimientos de los clientes.
- i) Se han descrito las posibles vías de solución de un conflicto en materia de consumo.
- j) Se utilizan la comunicación verbal y no verbal para resolver conflictos.
- k) Se aplica el estilo comunicativo adecuado a la situación planteada.
- l) Se seleccionan las alternativas de resolución del conflicto más adecuadas a la situación planteada.

- m) Se aplican los métodos más usuales para la resolución de conflictos.
- n) Se muestra sensibilidad y comprensión ante opiniones, conductas o ideas distintas a las propias.
- o) Se actúa con perseverancia e iniciativa en la búsqueda de soluciones, sin agresividad ni ruptura de la comunicación.
- p) Se valora el poder de influencia que se genera entre las personas que intervienen en un conflicto.
- q) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.
- r) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.

R.A. 7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.

▪ **Criterios de evaluación:**

- a) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.
- b) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- c) Se han identificado las situaciones que necesitan del servicio posventa.
- d) Se han identificado los elementos de la atención posventa.
- e) Se ha valorado la importancia del servicio posventa para la fidelización de clientes
- f) Se han distinguido las fases que estructuran la posventa.
- g) Se han utilizado las herramientas del servicio posventa.
- h) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa.
- i) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio postventa
- j) Se han descrito las medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.
- k) Se ha aplicado el tratamiento en la gestión de anomalías.
- l) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio
- m) Se han descrito los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.
- n) Se han aplicado distintas técnicas de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM)

5. UTS DEL MÓDULO PROFESIONAL A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE.

R.A. 1 Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, y distingue entre internas y externas	UT1: la organización de la empresa. Proceso de información y comunicación
R.A. 2 Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, mediante la aplicación de técnicas de comunicación adaptadas a la situación y al interlocutor	UT2: Comunicación presencial en la empresa UT3: Comunicación telefónica y telemática. Redes sociales
R.A. 3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	UT4: Comunicación empresarial
R.A.4 Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas	UT5: Tratamiento y envío de información empresarial
R.A. 5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.	UT6: Comunicación y Atención comercial
R.A. 6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.	UT7: Gestión de conflictos y Reclamaciones
R.A. 7 Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.	UT8: Servicio posventa y Fidelización de los clientes

6. DESARROLLO DE UTS

UT1: LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.PROCESO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

1. La empresa. Concepto, características y tipos. Elementos empresariales.
2. La organización empresarial. Principios de organización. Los departamentos y las áreas funcionales. Organigramas. La organización informal y las relaciones humanas y laborales en la empresa.
3. Dirección en la empresa. Funciones, personalidad y comportamiento del directivo. Niveles y estilos de mando.
4. Procesos y sistemas de información. Tratamiento de la información. Flujos entre departamentos. Lo confidencial y lo restringido.
5. La comunicación interna y externa. Comunicación formal e informal. Los rumores. Comunicación, información y comportamiento.
6. La imagen corporativa e institucional. La cultura corporativa. La imagen institucional.

UT2: COMUNICACIÓN PRESENCIAL EN LA EMPRESA

1. Elementos y tipos de comunicación en la empresa.
2. La comunicación presencial: principios y etapas.
3. Técnicas de comunicación presencial: habilidades sociales
4. Situaciones presenciales más habituales: recepción de visitas.
5. La comunicación no verbal en la comunicación presencial.
6. Costumbres, protocolos y formas de actuación en el ámbito empresarial.

UT3: COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Y TELEMÁTICA. REDES SOCIALES

1. Comunicación telefónica. Elementos, tipos y medios. Fases del proceso de comunicación telefónica. Expresión verbal al teléfono. Expresión no verbal al teléfono. Partes de una llamada. Barreras y dificultades.
2. Técnicas de comunicación telefónica. Atención al cliente: proactiva / reactiva. Reglas para realizar y contestar llamadas telefónicas Normas de protocolo de comunicación telefónica. Atención en centralitas telefónicas. Recogida y transmisión de mensajes. Atención de clientes difíciles.
3. Comunicación telemática. La videoconferencia. Comunicación en las redes. Uso y utilización. La "netiqueta". Publicación de documentos con herramientas de la web 2.0. Técnicas de transmisión de la imagen

corporativa en las comunicaciones telemáticas. El community manager y la gestión de las redes sociales.

UT4: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Comunicación escrita:
 - Elementos y tipos.
 - Características de la comunicación escrita.
 - Principios y normas de redacción y presentación de documentos.
2. Documentos de comunicación escrita:
 - La carta: estructura y características.
 - Carta comercial y carta circular.
 - Estilos de carta comercial.
 - La invitación: estructura y características.
 - El saluda: estructura y características.
3. Soportes y canales para transmitir documentos escritos
4. Procesamiento informático de documentos escritos.

UT5: TRATAMIENTO Y ENVÍO DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL

1. El archivo. Finalidad, funciones y tipos de archivo. Naturaleza y finalidad de la función de archivo. Tipos de archivo. Cómo desarrollar la labor de archivo.
2. Sistemas de clasificación de documentación. Sistema alfabético, numérico, cronológico, geográfico, temático y mixto.
3. Recepción y archivo de documentación. Recepción y archivo en soporte papel. Materiales de archivo en soporte papel. Archivo en soporte informático. Equipamiento informático para el archivo.
4. Consulta y conservación de la documentación. Conservación y uso de documentos escritos. Gestión de datos en soporte informático. Purga y destrucción de documentos.
5. Tratamiento de la correspondencia empresarial. Tratamiento de la correspondencia de entrada. Tratamiento de la correspondencia de salida. Servicios de correspondencia y paquetería.
6. Seguridad y confidencialidad de la información. La LOPD. Medidas para la protección de la información. Aplicación de la LOPD. La Agencia Española de Protección de Datos. Adaptación de la actividad empresarial a la LOPD.

UT6: COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN COMERCIAL

1. El cliente: tipos de clientes e importancia para la empresa: Orientación al marketing. El cliente: definición y tipos.
2. Las motivaciones del cliente y el proceso de compra. Necesidades del cliente y satisfacción. Factores determinantes del comportamiento del cliente. Proceso de decisión de compra.
3. El departamento de atención al cliente. Funciones y organización. Interrelación con el resto de la empresa. Calidad en la atención al cliente.
4. Comunicación en la atención comercial. Estilos de comunicación comercial. Canales de comunicación habituales. Errores y barreras comunicativas.
5. El proceso de atención comercial: elementos y técnicas. Elementos de la atención al cliente. Proceso de atención al cliente. Técnicas de comunicación verbal asertivas.
6. Tratamiento y gestión de la información comercial: los CRM. Objetivos y utilidad empresarial. Funcionamiento y características. Soluciones tecnológicas aplicables a un CRM.

UT7: GESTIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES

1. Exteriorización de la satisfacción del cliente. Actuación empresarial. La satisfacción del cliente. Factores determinantes. El cliente comunica su grado de satisfacción. Mecanismos de expresión de la satisfacción.
2. La reclamación. Documentación asociada a la misma. Estructura de una hoja de reclamaciones. Presentación. Consejos de utilización.
3. Gestión documental de reclamaciones. Principios básicos. Proceso de tratamiento de una reclamación. Beneficios de una adecuada gestión.
4. Gestión de reclamaciones presenciales.
5. Conflicto y negociación. Técnicas y herramientas de negociación. El conflicto. Estilos y estrategias de resolución. La negociación. Fases del proceso negociador. Tácticas de negociación. Actuación de un buen negociador.
6. La protección de los derechos del consumidor. El consumidor. Derechos y obligaciones del consumidor. Normativa básica en materia de consumo. Instituciones y organismos de consumo.

UT8: SERVICIO POSVENTA Y FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES

1. El servicio postventa: definición y tipos. Servicio postventa y creación de valor. Tipos de servicio postventa. Importancia empresarial de la postventa
2. La calidad y el servicio postventa. Concepto de calidad. Niveles de calidad.

3. Gestión de la calidad: planificación y evaluación del servicio postventa. Planificación del servicio postventa. Evaluación de la calidad del servicio postventa.
4. Tratamiento de errores y anomalías. Control y mejora del servicio. Cómo tratar anomalías en la postventa. Control y mejora del servicio postventa. Los manuales de procedimientos como instrumento de calidad
5. El CRM como herramienta de gestión de la postventa. Módulos del CRM asociados a la postventa. Beneficios de usar el CRM en la postventa.
6. Postventa y fidelización de clientes. Razones de la fidelidad de los clientes. Ventajas derivadas de la fidelización de los clientes. Técnicas de fidelización de clientes más habituales.

7. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL

El módulo de Comunicación y Atención al Cliente dispone de 160 horas lectivas para su desarrollo en el aula que se pueden distribuir según la siguiente tabla:

	Unidad de Trabajo	Horas lectivas	Total
1ª Evaluación	UT 1.- La organización en la empresa. Proceso de información y Comunicación	18	160horas
	UT 2.- La comunicación presencial en la empresa	20	
	UT 3.- Comunicación telefónica y telemática: Las redes sociales	20	
2ª Evaluación	UT 4.- Documentos escritos al servicio de la comunicación empresarial	20	
	UT 5.- Tratamiento y envío de información empresarial	15	
	UT 6.- Comunicación y atención al cliente	20	
3ª Evaluación	UT 7.- Gestión de conflictos y reclamaciones	25	
	UT 8.- Servicio postventa y fidelización de clientes	22	

PREPARACIÓN PRUEBA FINAL DE JUNIO

El alumnado que tras las evaluaciones parciales no haya conseguido superar el módulo o que por el contrario desee mejorar la calificación obtenida, deberá continuar asistiendo a clase obligatoriamente para preparar la superación del módulo o la mejora, hasta el día anterior a la fecha de realización de la prueba correspondiente a la convocatoria final de junio de 2017/2018.

8. PROCESOS DE EVALUACIÓN

Los procesos de evaluación son:

- Se realizará una evaluación inicial del alumno/a para conocer su situación de partida. Asimismo, a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje se hará una evaluación formativa y sumativa como medio de valoración de los resultados obtenidos para superar el módulo completo.
- La evaluación será continua en cuanto que estará inmersa en el proceso de enseñanza y aprendizaje del alumno/a. Al término de este proceso habrá una calificación final que, de acuerdo con dicha evaluación continua, valorará los resultados conseguidos por los/las alumno/as.
- Para la evaluación de los aprendizajes se tendrán en cuenta los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación y los objetivos generales que figuran en el Decreto por el que se establecen las enseñanzas correspondientes al ciclo formativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Se considerará un requerimiento esencial la asistencia regular a clase por parte del alumno/a. Aquel alumno/a que reúna un total de faltas injustificadas igual al 25 % de las horas de clase de un trimestre, tal y como se establece en nuestro Plan de Convivencia, deberá enfrentarse a una prueba escrita al final del trimestre en el que incurra en esta conducta contraria.
- Asimismo, en cuanto a las faltas justificadas, será de aplicación el obtener una calificación máxima de ocho puntos en este módulo profesional, si el alumno/o acumula un número de faltas equivalentes a un tercio del número de horas del trimestre a evaluar.
- Se calificará a los alumno/as en sesiones de evaluación una vez al final de cada trimestre.
- La recuperación de alumno/as con insuficiencias se efectuará mediante la realización de actividades, supuestos prácticos y pruebas de recuperación.
- La última sesión de evaluación parcial se realizará en la última semana del mes de mayo de 2018.
- El alumnado que tenga el módulo no superado o desee mejorar calificaciones, deberá continuar con las actividades de repaso de las unidades didácticas teniendo la obligación de asistir a las clases que se organicen hasta el día anterior a la fecha de realización de la prueba correspondiente a la convocatoria final de junio de 2018.
- La sesión de evaluación final se celebrará 21 de junio de 2018.
- La calificación de la evaluación será un valor numérico sin decimales entre 1 y 10. Se considerarán aprobados todos los alumno/as cuya calificación sea de 5 ó superior.

El proceso de evaluación del ciclo formativo de grado superior de Administración y Finanzas, y en concreto el módulo de “Comunicación y atención al cliente”, se realizará teniendo en cuenta la normativa establecida en la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación

académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

La calificación de cada alumno/a se elaborará en base a:

- Nota de CONOCIMIENTOS Y EXPRESIÓN, en torno al 80%
Pruebas escritas que muestren el grado de:
 - Asimilación de contenidos teóricos. Ponderación en torno al 60% del valor total de este apartado.
 - Aplicación de lo aprendido. Ponderación en torno al 20% del total de este apartado.

- Nota de TÉCNICAS DE TRABAJO, en torno al 10%.
 - Resolución de los casos prácticos propuestos a diario por la profesora para su posterior corrección.
 - Resolución de cuestiones teóricas planteadas por la profesora en el desarrollo de la clase.

- Nota de VALORES Y ACTITUDES, en torno al 10%.
 - Responsabilidad en la realización del trabajo encomendado.
 - Actitud y participación en clase.
 - Cuidado del material.
 - Asistencia y puntualidad. Cada falta de asistencia injustificada, restará un valor de 0,05 puntos a la nota total de este apartado (VALORES Y ACTITUDES).

LA NOTA FINAL DE LA MATERIA SERÁ LA MEDIA DE LAS NOTAS DE EVALUACIÓN PARCIAL.

En caso, de que algún alumno/a falte, justificadamente, a un examen de este módulo profesional, deberá presentar documento oficial de justificación para optar a la realización del examen en otra fecha distinta fijada por la profesora.

A aquellos alumnos/as que no superen las evaluaciones parciales se les indicarán los contenidos a recuperar así como el plan de trabajo a seguir y la fecha en que se celebrará la evaluación final.

Para los alumnos/as que deseen mejorar la calificación obtenida en las evaluaciones parciales, también se establecerá un plan de trabajo que deberá llevarse a cabo en el período de recuperación.

Si un alumno/a no alcanza los resultados de aprendizaje tras las sesiones de evaluación parcial, deberá recuperar en la prueba final de Junio.

Instrumentos de evaluación

- Al inicio de cada unidad de trabajo, se realizará una evaluación inicial a fin de determinar el nivel de conocimientos previos relativos a los contenidos de la misma, al objeto de adaptarla al nivel de partida y elementos motivadores para el alumnado.
- Pruebas escritas. En cada trimestre se realizarán una o varias pruebas teóricas, que podrán proponerse en forma de test (las respuestas incorrectas invalidarán el valor de algunas correctas) o bien en forma de preguntas de desarrollo medio, y una prueba práctica. Para obtener la nota en este apartado, si ambas partes (teoría y práctica) han sido superadas con puntuaciones de, al menos 4, en cada prueba teórica y 5 en la prueba práctica, se realizará una media ponderada entre las notas obtenidas representando la nota media de las pruebas teóricas un 20% del total y la nota de la parte práctica el 80% restante.

Nota importante: En pruebas compuestas por preguntas en las que se debe de optar por una sola correcta entre múltiples respuestas se seguirá el siguiente criterio:

- Cuando la prueba se componga de N preguntas con M respuestas posibles, cada respuesta correcta tendrá un valor de P/N (siendo P la puntuación total de la prueba) y por cada respuesta incorrecta se restará un valor de $1/M-1$; las preguntas en blanco no suman ni tampoco restan.

- Se tendrán en cuenta las faltas de ortografía de tal forma que cada falta ortográfica descontará 0,1 puntos y las faltas de forma en la presentación de las pruebas escritas de acuerdo a lo siguiente: por mala letra se descontarán 0,25 puntos y por otros defectos de forma hasta 0,5 puntos; todo lo anterior con un máximo de 2 puntos por examen.

- Realización de supuestos prácticos y preguntas orales, en clase.

- Trabajos para realizar en casa.

- Además, la profesora elaborará una guía de observación, conformada por una lista de control, donde anotará:

- ◆ Las notas de los pruebas teóricas y prácticas
- ◆ El seguimiento de los ejercicios realizados por el alumno/a en la clase.
- ◆ La responsabilidad en el trabajo. Valoración de las tareas encomendadas.
- ◆ Actitud y participación en clase.
- ◆ Cuidado del material.
- ◆ Asistencia y puntualidad.

Se prevé la adaptación individualizada de las pruebas y criterios de evaluación para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. En el grupo de 1º de CFGS de Administración y finanzas, durante el curso 2017-18, no hay ningún alumno/a con necesidades de este tipo.

Evaluación del proceso de enseñanza aprendizaje

La práctica docente implica distintas tareas, como planificación y organización escolar, uso de recursos, temporalización, ejecución de lo planificado, evaluación, atención a la diversidad, labores de tutoría, etc. Todas ellas susceptibles de mejora, lo que exige un proceso de reflexión y valoración de la propia práctica docente, éste no debe verse como una fiscalización, sino como una forma de fomentar el perfeccionamiento y la formación del profesorado. Para que sea eficaz, estará orientada a:

- Proporcionar información a la comunidad educativa sobre los logros y dificultades del proceso.
- Motivar, aprender, mejorar, favorecer la labor docente.
- Identificar necesidades y problemas.
- Potenciar la participación.
- Avanzar hacia una cultura de calidad en el ámbito educativo.

En este sentido, se evaluarán los procesos de enseñanza y la práctica docente en relación con los objetivos educativos. Esta evaluación del proceso de enseñanza incluirá entre otros elementos:

- La adecuación de los objetivos a los alumno/as.
- La relación y secuenciación de objetivos.
- La idoneidad de la metodología.
- La idoneidad de los materiales curriculares.
- La organización del aula en la que desarrollamos la intervención educativa.
- El ambiente creado con nuestros alumnos/as.
- El aprovechamiento de los recursos del centro.
- Las actividades de ambientación.
- La validez de los criterios de evaluación y promoción.
- La validez de los criterios para las adaptaciones curriculares.
- La regularidad y la calidad de la relación establecida con los padres y madres de nuestros alumno/as.
- La coordinación entre todos los docentes que integran el ciclo.

El momento de realizar esta reflexión puede ser al finalizar cada uno de los trimestres; de este modo, se pueden realizar rectificaciones para el siguiente período.

Actividades de recuperación o de mejora de calificación.

Este período de actividades, que abarca desde principios de junio hasta el día previo a la fecha de realización de la prueba correspondiente a la convocatoria final de junio de 2018, transcurrirá dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje, mediante explicaciones de repaso de la profesora y realización de casos prácticos por parte de los alumnos/as. La evaluación del mencionado proceso se realizará en convocatoria ordinaria a celebrar con posterioridad al período ordinario de clases y el 21 de junio de 2018.

La prueba escrita de recuperación de los contenidos teóricos del primer y segundo trimestre se realizará tras llevarse a cabo la sesión de evaluación parcial correspondiente. En el caso del tercer trimestre, se realizará con anterioridad a la sesión de evaluación correspondiente.

La recuperación de la puntuación descontada por errores ortográficos y de presentación en cada prueba escrita se realizará a través de la aplicación de alguna/s de las siguientes medidas correctoras:

- La búsqueda de la definición de la palabra mal escrita en el diccionario de la RAE.
- Tres oraciones en las que deba usarse correctamente la palabra, o expresión, que haya dado lugar a la penalización.
- Copiar 20 veces la palabra o expresión que se deba corregir.
- Los puntos perdidos por los defectos de forma se recuperarán por medio de:
 - La demostración clara de haber cuidado más este aspecto en las pruebas escritas que se hagan con posterioridad. Para la mejora de la letra se le propondrá a los alumnos/as que realicen ejercicios de caligrafía.

9. METODOLOGÍA

La impartición del módulo de Comunicación y atención al cliente se fundamentará en los siguientes aspectos:

- Presentación del módulo, explicando sus características, contenidos, metodología y criterios de evaluación que se van a aplicar.
- Se realizará una introducción de la unidad y se abrirá un debate para que los alumno/as muestren los conocimientos y aptitudes previas, comentando entre todos los resultados para detectar las ideas preconcebidas y despertar un interés hacia el tema.
- Para explicar cada Unidad de Trabajo se realizará una exposición teórica de los contenidos.
- Posteriormente se realizarán una serie de ejercicios propuestos que se resolverán y corregirán en clase. El objetivo de estos ejercicios es llevar a la práctica los conceptos teóricos que se asimilaron en la exposición teórica anterior.
- Se resolverán todas las dudas que puedan tener los alumno/as del ciclo, tanto teóricos como prácticos. Incluso si se considerase necesario se realizarán ejercicios específicos de refuerzo que aclaren los conceptos que más cueste comprender a los alumno/as.
- Se propondrá un conjunto de ejercicios y casos prácticos, de contenido similar a los que ya se han resuelto en clase, que deberán ser resueltos por los alumno/as, bien en horas de clase o bien en casa.
- Para finalizar el proceso se procederá a la evaluación del mismo siguiendo los criterios en el apartado de evaluación.

Se agruparán las actividades de aula en función del momento del proceso de enseñanza-aprendizaje en el que nos encontremos. Así, se distinguirán las siguientes actividades:

- **Actividades de inicio:**

- De conocimientos previos: Se realizan para conocer las ideas, opiniones, aciertos o errores conceptuales que tienen los alumno/as sobre los contenidos que se van a tratar.
- De introducción: Han de provocar interés en los alumno/as respecto a lo que han de aprender.

- **Actividades de desarrollo:**

- De desarrollo: Permiten conocer los conceptos, procedimientos o las nuevas actitudes.
- De síntesis-resumen: Facilitan la relación entre los distintos contenidos aprendidos y favorecen el enfoque globalizador.

- **Actividades para atender a la diversidad:**

- De recuperación: Se programan para los alumno/as que no han alcanzado los conocimientos trabajados.
- De ampliación: Permiten seguir construyendo conocimientos para aquellos alumno/as que han realizado con éxito las actividades de desarrollo.

- **Actividades de Evaluación:**

- De evaluación: Destinadas a la evaluación tanto inicial, formativa como sumativa de los alumno/as.

10. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

El desarrollo del principio de atención a la diversidad presenta tres niveles que se concretan en las adaptaciones curriculares, la opcionalidad curricular y la diversificación curricular.

Para atender a estas diferencias se han previsto las siguientes actuaciones:

- ◆ Se diferencian todos aquellos elementos que resultan esenciales de los contenidos, que amplían o profundizan en los mismos.
- ◆ Se ha graduado la dificultad de las tareas, de forma que todos los alumno/as puedan encontrar espacios de respuesta adecuados para su actuación.

- ◆ Las actividades se pueden desarrollar en grupos de trabajo heterogéneos (parejas, pequeño y gran grupo) con flexibilidad en el reparto de tareas.
- ◆ Se adaptaran los tiempos de aprendizaje al ritmo individual del alumno/a.
- ◆ Se incluirán actividades de refuerzo y ampliación programadas en cada unidad didáctica.

Atención al alumnado que repite la materia.

- Priorizar en aquellos contenidos en los que han tenido más dificultades.
- Adaptar las medidas y criterios de evaluación.
- Tareas y trabajos que le permitan entender mejor los contenidos.

Finalidades básicas.

Todas las actuaciones anteriores irán encaminadas a alcanzar los siguientes fines:

- ◆ Prevenir la aparición o evitar la consolidación y autonomía de los alumnos/as con estas necesidades.
- ◆ Asegurar la coherencia, progresión y continuidad de la intervención educativa.
- ◆ Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

11. RECURSOS NECESARIOS

- Aula ordinaria, con o sin ordenador
- Proyector.
- Pizarra.
- Libros de consulta en el aula, de forma que los alumno/as intenten buscar soluciones a los problemas que les surjan antes de solicitar la ayuda del profesor, ya que eso les aportará una gran experiencia de cara al módulo de Formación en Centros de Trabajo.
- Bibliografía de Departamento.
- Libro de texto recomendado al alumno:
 - “Comunicación y atención al cliente ” de Francisco Javier y Juan Manuel Ariza Ramírez Editorial : McGrawHill
- Documentos administrativos
- Fotocopias

12. TEMAS TRANSVERSALES

Con objeto de proporcionar al alumnado un pleno desarrollo cognitivo, afectivo, social, físico, sensorial, etc., así como una educación que desarrolle valores tales como la diversidad, la igualdad de oportunidades, el respeto y la tolerancia, la calidad de vida personal y del entorno, la autoestima, la cooperación y solidaridad, se impartirá el presente módulo con los siguientes temas transversales:

- Educación al consumidor: se buscará y se analizará información en Internet sobre el consumo como relación necesaria para la satisfacción de las necesidades humanas y se analizará a los consumidores como agentes económicos fundamentales.
- Formación y orientación laboral: adentrar a los alumno/as en el mundo de la empresa, los mercados y la importancia de dominar las nuevas tecnologías para incorporarse al mundo del trabajo como trabajador. Para ello se visitarán páginas Web en las que el alumno/a vea las ofertas de empleo y pueda insertar su currículum.
- Coeducación: evitar, en cualquier situación comunicativa, formas, términos y expresiones que denoten discriminación.
- Educación moral y cívica: preparar a los alumno/as para ser responsables cívicos con los demás ciudadanos y con el entorno.
- Educación afectivo-sexual: se impartirá una educación no sexista y se fomentará la igualdad de oportunidades entre el hombre y la mujer.
- Educación para la salud: se dedicará un espacio a temas de actualidad en salud, y buenos hábitos posturales ante el ordenador para aportar algo más a la calidad de vida.
- Educación para la paz y el desarrollo: preparemos a los alumno/as para convivir en paz y armonía con los demás. Pretendemos introducir en el alumno/a el buen uso de los medios de comunicación, a conocer las noticias, realizar una reflexión y producir un mensaje, así como, en el uso de las nuevas tecnologías informáticas, Internet y correo electrónico.

13. PROGRAMACIÓN POR UNIDADES DIDÁCTICAS

Los contenidos, objetivos y realizaciones, establecidos por la normativa legal, se han desarrollado en doce unidades didácticas y se han distribuido de la siguiente forma:

Tema 1 La organización en la empresa

Contenidos

- La empresa. Concepto, características y tipos. Elementos empresariales.
- La organización empresarial. Principios de organización. Los departamentos y las áreas funcionales. Organigramas. La organización informal y las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- Dirección en la empresa. Funciones, personalidad y comportamiento del directivo. Niveles y estilos de mando.
- Procesos y sistemas de información. Tratamiento de la información. Flujos entre departamentos. Lo confidencial y lo restringido.

- Calidad del servicio y atención de demandas. La relación entre organización y comunicación en la empresa. Centralización o descentralización.
- La comunicación interna y externa. Comunicación formal e informal. Los rumores. Comunicación, información y comportamiento.
- La imagen corporativa e institucional. La cultura corporativa. La imagen institucional.

Objetivos

- Caracterizar técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.
- Analizar las funciones y estilos de mando más habituales de organizaciones tipo sus características básicas.
- Analizar los procesos de comunicación, formales e informales, en las organizaciones.
- Aplicar técnicas de comunicación institucional y promocional en los procesos específicos de circulación de información.

Realizaciones

- Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales, sectoriales, de tamaño y organizativas.
- Se han analizado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control, valorando la importancia de la responsabilidad en el desarrollo de las mismas.
- Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.
- Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama, identificándolos en un caso práctico.
- Se ha elaborado el organigrama de acuerdo con la estructura departamental propuesta.
- Se han analizado los estilos de mando predominantes en las empresas, relacionándolos con el clima laboral que generan.
- En un caso práctico convenientemente caracterizado, se ha identificado el estilo de mando de la organización y los errores de comunicación que se deriven del mismo.
- Se han distinguido los tipos de demanda de información más usuales, estableciendo la relación entre éstas y el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.
- Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales, identificando las características, factores y principales problemas de los mismos.
- 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.

- Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.

Tema 2 La Comunicación presencial en la empresa

Contenidos

El proceso comunicativo:

- Fases del proceso.
- Elementos de la comunicación.
- Dificultades y barreras en la comunicación.
- Elementos y tipos de comunicación en la empresa.
- La comunicación presencial: principios y etapas.
- Técnicas de comunicación presencial: habilidades sociales
- Situaciones presenciales más habituales: recepción de visitas.
- La comunicación no verbal en la comunicación presencial.
- Costumbres, protocolos y formas de actuación en el ámbito empresarial

Objetivos

- Realiza comunicaciones orales presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.
- Integrar técnicas de comunicación oral en situaciones presenciales típicas del entorno profesional, adaptando el mensaje a la situación y al interlocutor, resolviendo los problemas producidos.

Realizaciones

- Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.
- Se han detectado las interferencias producidas por las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje.
- Se han identificado elementos y etapas de un proceso comunicativo.
- Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, estructurada, con precisión, cortesía, respeto y sensibilidad.
- Se han aplicado las técnicas de comunicación oral adecuadamente en situaciones simuladas de comunicación presencial.
- Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.

- Se han aplicado las técnicas de comunicación oral adecuadamente en situaciones simuladas de comunicación presencial.
- Se ha valorado la comunicación no verbal como medio de comunicación de la imagen de la organización.
- Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales.
- Se tienen en cuenta costumbres socioculturales y usos empresariales.
- Se han observado las debidas normas de cortesía en situaciones simuladas de comunicación presencial.
- Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación presencial.
- Se ha realizado una presentación o una exposición oral sobre un tema de un ámbito profesional específico.
- Se ha valorado la escucha activa y hablar adecuadamente en público en la mejora de los procesos de comunicación presencial.
- Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones presenciales de la organización.

Tema 3 Comunicación telefónica y telemática: Redes Sociales

Contenidos

- Comunicación telefónica. Elementos, tipos y medios. Fases del proceso de comunicación telefónica. Expresión verbal al teléfono. Expresión no verbal al teléfono. Partes de una llamada. Barreras y dificultades.
- Técnicas de comunicación telefónica. Atención al cliente: proactiva / reactiva. Reglas para realizar y contestar llamadas telefónicas Normas de protocolo de comunicación telefónica. Atención en centralitas telefónicas. Recogida y transmisión de mensajes. Atención de clientes difíciles.
- Comunicación telemática. La videoconferencia. Comunicación en las redes. Uso y utilización. La “netiqueta”. Publicación de documentos con herramientas de la web 2.0. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas. El community manager y la gestión de las redes sociales.

Objetivos

- Realizar comunicaciones orales no presenciales.
- Aplicar las técnicas de atención de llamadas en los procesos de comunicación telefónica y telemática.

Realizaciones

- Se han descrito las especificidades y principales componentes de una adecuada atención telefónica.
- Se han identificado los distintos tipos de interlocutores determinando el tratamiento apropiado según sus características.
- Se han descrito los medios, equipos y prestaciones necesarios para una adecuada atención telefónica.
- Se ha aplicado el protocolo establecido para las comunicaciones telefónicas, utilizando el léxico y las expresiones adecuadas, transmitiendo la información de forma clara, estructurada y precisa, con cortesía, respeto y sensibilidad.
- Se han realizado y recibido llamadas telefónicas de forma efectiva.
- Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación telefónica (sonrisa, tono, elocución, escucha activa, lenguaje positivo, etc.).
- Se han detectado las interferencias producidas en la comprensión de un mensaje telefónico.
- Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.
- Se han tenido en cuenta las costumbres y los usos empresariales, aplicando técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telefónicas de la organización.
- Se han gestionado todos los procedimientos relacionados con la atención adecuada de una llamada telefónica.
- Se han descrito los tipos de comunicación telemática, así como su adecuada utilización empresarial.
- Se ha aplicado el protocolo establecido para las comunicaciones telemáticas, utilizando el léxico y expresiones adecuadas.
- Se ha identificado el protocolo de realización y recepción para una comunicación telemática efectiva.
- Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.
- Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.
- Se han empleado las pautas de cortesía adecuadas para las comunicaciones telemáticas.
- Se han gestionado todos los procedimientos relacionados con la atención adecuada de una comunicación telemática.

Tema 4 Documentos escritos al servicio de la comunicación empresarial

Contenidos

Comunicación escrita:

- Elementos y tipos.
- Características de la comunicación escrita.

- Principios y normas de redacción y presentación de documentos.

Documentos de comunicación escrita:

- La carta: estructura y características.
- Carta comercial y carta circular.
- Estilos de carta comercial.
- La invitación: estructura y características.
- El saluda: estructura y características.

Soportes y canales para transmitir documentos escritos.

Objetivos

- Elaborar documentos escritos de carácter profesional.
- Aplicar técnicas de comunicación escrita en la elaboración y supervisión de información y documentación propia, de circulación interna o externa en organizaciones tipo.
- Aplicar técnicas de comunicación institucional y promocional en el entorno profesional.

Realizaciones

- Se describen adecuadamente las principales características y elementos de la comunicación escrita frente a otros tipos de formas de transmisión de información.
- Se ha identificado al destinatario, observando las normas de protocolo.
- Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.
- Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.
- Se han explicado los elementos y recursos básicos de la expresión escrita (puntuación, ortografía, cohesión y coherencia, estructura, terminología y forma adecuadas, redacción clara, concisa y coherente del documento).
- Se han identificado herramientas de corrección de textos, aplicando criterios de corrección lingüística, gramatical, ortográfica y semántica.
- Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.
- Se ha supervisado la redacción de documentos escritos de carácter institucional de acuerdo con los objetivos propuestos y utilizando el lenguaje adecuado.
- Se han elaborado resúmenes diarios de prensa sobre los asuntos propuestos.

- Se han redactado notas de prensa de acuerdo con manuales de estilo tipo.
- Se han organizado e identificado los elementos de un dossier de prensa.
- Se han identificado los soportes y los canales más adecuados para elaborar y transmitir los documentos, en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
- Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia.
- Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.
- Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.

Tema 5 Tratamiento y envío de información empresarial

Contenidos

- El archivo. Finalidad, funciones y tipos de archivo. Naturaleza y finalidad de la función de archivo. Tipos de archivo. Cómo desarrollar la labor de archivo.
- Sistemas de clasificación de documentación. Sistema alfabético, numérico, cronológico, geográfico, temático y mixto.
- Recepción y archivo de documentación. Recepción y archivo en soporte papel. Materiales de archivo en soporte papel. Archivo en soporte informático. Equipamiento informático para el archivo.
- Consulta y conservación de la documentación. Conservación y uso de documentos escritos. Gestión de datos en soporte informático. Purga y destrucción de documentos.
- Tratamiento de la correspondencia empresarial. Tratamiento de la correspondencia de entrada. Tratamiento de la correspondencia de salida. Servicios de correspondencia y paquetería.
- Seguridad y confidencialidad de la información. La LOPD. Medidas para la protección de la información. Aplicación de la LOPD. La Agencia Española de Protección de Datos. Adaptación de la actividad empresarial a la LOPD.

Objetivos

- Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.
- Analiza los procesos de comunicación formales e informales en las organizaciones, caracterizando las necesidades habituales de información demandada y las respuestas más adecuadas a las mismas.
- Analiza los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas internas y externas por correo convencional o a través de medios telemáticos.

Realizaciones

- Se han identificado los medios, procedimientos y criterios adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita por medios telemáticos.
- Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.
- Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.
- Se ha seleccionado el medio de transmisión de información más adecuado.
- Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados.
- Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de correspondencia.
- Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado.
- Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información.
- Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información.
- Se han aplicado, al elaborar y archivar la documentación, las técnicas 3R.
- Se valora las consecuencias de una infección por virus al abrir mensajes y archivos.
- Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.
- Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos para las empresas e instituciones públicas y privadas.
- Se ha interpretado la legislación vigente aplicable sobre protección de datos.

Tema 6 Comunicación y atención comercial

Contenidos

- El cliente: tipos de clientes e importancia para la empresa: Orientación al marketing. El cliente: definición y tipos.
- Las motivaciones del cliente y el proceso de compra. Necesidades del cliente y satisfacción. Factores determinantes del comportamiento del cliente. Proceso de decisión de compra.
- El departamento de atención al cliente. Funciones y organización. Interrelación con el resto de la empresa. Calidad en la atención al cliente.
- Comunicación en la atención comercial. Estilos de comunicación comercial. Canales de comunicación habituales. Errores y barreras comunicativas.
- El proceso de atención comercial: elementos y técnicas. Elementos de la atención al cliente. Proceso de atención al cliente. Técnicas de comunicación verbal asertivas.

- Tratamiento y gestión de la información comercial: los CRM. Objetivos y utilidad empresarial. Funcionamiento y características. Soluciones tecnológicas aplicables a un CRM.

Objetivos

- Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.
- Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

Realizaciones

- Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario.
- Se ha descrito la figura del cliente y su importancia para la empresa.
- Se diferencian los distintos tipos de clientes.
- Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente.
- Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.
- Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.
- Se han identificado qué influye en la prestación del servicio al cliente.
- Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.
- Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente y se ha identificado y localizado la información a suministrar al cliente.
- Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos de clientes.

Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes de acuerdo con las especificaciones recibidas

Tema 7 Gestión de conflictos y reclamaciones

Contenidos

- Exteriorización de la satisfacción del cliente. Actuación empresarial. La satisfacción del cliente. Factores determinantes. El cliente comunica su grado de satisfacción. Mecanismos de expresión de la satisfacción.

- La reclamación. Documentación asociada a la misma. Estructura de una hoja de reclamaciones. Presentación. Consejos de utilización.
- Gestión documental de reclamaciones. Principios básicos. Proceso de tratamiento de una reclamación. Beneficios de una adecuada gestión.
- Gestión de reclamaciones presenciales.
- Conflicto y negociación. Técnicas y herramientas de negociación. El conflicto. Estilos y estrategias de resolución. La negociación. Fases del proceso negociador. Tácticas de negociación. Actuación de un buen negociador.
- La protección de los derechos del consumidor. El consumidor. Derechos y obligaciones del consumidor. Normativa básica en materia de consumo. Instituciones y organismos de consumo.

Objetivos

- normativa vigente.
- Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.
- Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.
- Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.
- Analiza los factores generadores de conflictos, distinguiendo las posibles consecuencias e identificando las estrategias y técnicas para su prevención y resolución.

Realizaciones

- Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias.
- Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- Se han relacionado los elementos de la reclamación con las fases que componen el plan de resolución de quejas/reclamaciones.
- Se han diferenciado los tipos de demanda y las situaciones en las que se formulan.
- Se ha gestionado la información a suministrar al cliente ante una reclamación.
- Se han determinado los documentos para gestionar quejas y reclamaciones.
- Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos.
- Se formula la respuesta más adecuada a los requerimientos de los clientes.
- Se han descrito las posibles vías de solución de un conflicto en materia de consumo.

- Se utilizan la comunicación verbal y no verbal para resolver conflictos.
- Se aplica el estilo comunicativo adecuado a la situación planteada.
- Se seleccionan las alternativas de resolución del conflicto más adecuadas a la situación planteada.
- Se aplican los métodos más usuales para la resolución de conflictos.
- Se muestra sensibilidad y comprensión ante opiniones, conductas o ideas distintas a las propias.
- Se actúa con perseverancia e iniciativa en la búsqueda de soluciones, sin agresividad ni ruptura de la comunicación.
- Se valora el poder de influencia que se genera entre las personas que intervienen en un conflicto.
- Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.
- Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.

Tema 8 Servicio postventa y Fidelización de los clientes

Contenidos

- El servicio postventa: definición y tipos. Servicio postventa y creación de valor. Tipos de servicio postventa. Importancia empresarial de la postventa
- La calidad y el servicio postventa. Concepto de calidad. Niveles de calidad.
- Gestión de la calidad: planificación y evaluación del servicio postventa. Planificación del servicio postventa. Evaluación de la calidad del servicio postventa.
- Tratamiento de errores y anomalías. Control y mejora del servicio. Cómo tratar anomalías en la postventa. Control y mejora del servicio postventa. Los manuales de procedimientos como instrumento de calidad
- El CRM como herramienta de gestión de la postventa. Módulos del CRM asociados a la postventa. Beneficios de usar el CRM en la postventa.
- Postventa y fidelización de clientes. Razones de la fidelidad de los clientes. Ventajas derivadas de la fidelización de los clientes. Técnicas de fidelización de clientes más habituales.

Objetivos

- Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente
- Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.
- Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.

Realizaciones

- Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.
- Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- Se han identificado las situaciones que necesitan del servicio posventa.
- Se han identificado los elementos de la atención posventa.
- Se ha valorado la importancia del servicio posventa para la fidelización de clientes
- Se han distinguido las fases que estructuran la posventa.
- Se han utilizado las herramientas del servicio posventa.
- Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa.
- Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio postventa
- Se han descrito las medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.
- Se ha aplicado el tratamiento en la gestión de anomalías.
- Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio
- Se han descrito los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.
- Se han aplicado distintas técnicas de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM)