

Programación del módulo

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

GRADO MEDIO

Ciclo formativo

GESTIÓN ADMINISTRATIVA

CURSO: 2017-18

Profesora:

Tamara Morilla Fuentes

África Ponce Rangel

DATOS GENERALES DEL MÓDULO.

| | |
|---------------------------------------|---|
| CICLO FORMATIVO: | NOMBRE DEL TÍTULO: <i>TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA</i> FAMILIA: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN |
| Normativa que regula el título | <ul style="list-style-type: none">• Real Decreto 1631/2009 de 30 de octubre (<u>BOE 01/12/2009</u>) en el que se fijan sus enseñanzas mínimas.• <u>ORDEN de 21 de febrero de 2011</u>) por la que se establece el currículo• Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.• Otros...• Orden EDU/1999/2010, de 13 de julio (BOE <u>26/07/2010</u>) |
| Módulo Profesional: | Nº Código: 0437 Nombre: Comunicación empresarial y atención al cliente |
| Características del Módulo: | Nº horas: 160(5 horas semanales) |
| Profesora | Tamara Morilla Fuentes / África Ponce Rangel |

- 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.

1. OBJETIVOS DEL MÓDULO.

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

- a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
- b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- 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) Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.
- f) Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.
- ñ) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.

2. COMPETENCIAS DEL MÓDULO.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título 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 o información obtenida.
- c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa/institución.
- m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
- p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
- q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
- r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Son los siguientes:

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

Criterios de evaluación:

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

R.A. 2. Transmite información de forma oral vinculándola a los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

- i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.
- j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de marketing.

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

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

Criterios de evaluación:

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

4. UTs DEL MÓDULO PROFESIONAL A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE.

| RA | UNIDADES DE TRABAJO (UT) |
|---|--|
| R.A. 1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella. | UT 1: Empresa y comunicación. |
| R.A. 2. Transmite información de forma oral vinculándola a los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa | UT 2: La comunicación presencial. UT 3: Comunicación telefónica. |
| R.A. 3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública | UT 4: Comunicaciones escritas. UT 5: El tratamiento de la correspondencia y paquetería. |
| R.A. 4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos | UT 6: Archivos y clasificación de documentos. |
| R.A. 5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación. | UT 7: Detección y satisfacción de las necesidades del cliente. |
| R.A. 6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo. | UT 8: Atención de quejas y reclamaciones. |
| R.A. 7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing | UT 9: Potenciación de la imagen empresarial. |
| R.A. 8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos. | UT 7: Detección y satisfacción de las necesidades del cliente. UT 8: Atención de quejas y reclamaciones |

5. DESARROLLO DE LAS UTs.

UT1: Empresa y comunicación.

- La empresa y su organización.
 - Concepto de empres.
 - Elementos de la empresa.
 - Objetivos de una empresa.
 - Principales funciones empresariales.
 - Tipos de organización.
 - Organigrama funcional.

- Imagen y cultura empresarial.
- La información en la empresa:
 - Concepto de información.
 - Fuentes de información.
- El proceso de comunicación:
 - Concepto de comunicación.
 - Elementos del proceso de comunicación.
 - El proceso comunicativo.
- La comunicación en la empresa:
 - Sistemas de comunicación empresariales.
 - Flujos de información en la empresa.
 - Tipos de comunicación en la empresa.
 - Comunicación formal e informal.
 - Comunicación interna y externa.
 - Relaciones Laborales.
 - Publicidad.
 - Relaciones Públicas.
- Departamentos y áreas funcionales tipo.
- La comunicación interna en la empresa, comunicación formal e informal.

UT2: La comunicación presencial.

- La comunicación presencial: elementos y situaciones:
 - Principios básicos de la comunicación verbal.
- Técnicas de comunicación presencial:
 - Dificultades de transmisión.
 - Normas de protocolo de comunicación verbal y no verbal.
- La comunicación no verbal:
 - Lenguaje no verbal.
- Costumbres socioculturales y usos empresariales:
 - Costumbres socioculturales y usos empresariales.
- Criterios de calidad en la comunicación presencial:
 - Factores para la correcta transmisión de la información.
 - Errores frecuentes y acciones correctivas.

UT3: Comunicación telefónica.

- El proceso de comunicación telefónica.

- Lenguaje verbal al teléfono.
- Lenguaje no verbal al teléfono.
- Los equipos y medios más habituales en las comunicaciones telefónicas.
 - Equipos de telefonía.
 - Servicios adicionales de telefonía.
 - La centralita telefónica.
- Los protocolos de tratamiento.
 - Normas de protocolo de comunicación telefónica.
- Los usos habituales del teléfono en la empresa.
 - Costumbres socioculturales y uso empresarial.
- Los modelos básicos de comunicación telefónica: barreras y dificultades.
 - Normas de uso del teléfono.
 - Errores frecuentes y acciones correctivas.
 - Dificultades de transmisión.
- La seguridad, registro y confidencialidad de las llamadas telefónicas.
 - Factores para la correcta transmisión de la información.

UT4: Comunicaciones escritas.

- Elementos de la comunicación escrita.
 - Definición de comunicación oral y escrita.
 - Especificidades de la comunicación escrita.
- Redacción de escritos.
 - Pasos para redactar un escrito.
 - Claridad, sencillez, concreción y cortesía.
 - Tratamiento adecuado según el destinatario.
 - Ortografía, puntuación, acentuación.
 - Elementos formales de presentación de escritos.
- Documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
 - Avisos y memorándum. Estructura.
 - Informes. Estructura. Tipo de informes.
 - Convocatoria y acta. Estructura.
 - Carta. Estructura. Tipos de cartas. Estilos.
 - Invitación y saluda. Estructura.
 - Instancia o solicitud. Estructura.
 - Oficio y certificado. Estructuras.

- Soportes para elaborar y transmitir documentos:
 - Soporte de papel. Tipos de papel y de sobres.
 - Normalización de impresos y de documentos.
 - Tipos de soportes digitales.
- Canales de transmisión de documentos:
 - Servicios de correo convencional.
 - Fax. Funcionamiento.
 - Correo electrónico. Principales amenazas.
 - SMS.
 - Comunicación telemática.
- Herramientas de búsqueda de información:
 - Fuentes de información.
 - Bases de datos. Características.
 - Herramientas de búsqueda en internet.
 - Boletines Oficiales.
- Aplicaciones informáticas de procesamiento de texto.
 - Procesador de texto. Funciones.

UT5: El tratamiento de la correspondencia y paquetería.

- La circulación de la correspondencia en entidades privadas y públicas.
 - Definición de correspondencia. Tipos.
 - Apartado de correos.
 - Albarán de entrega y acuse de recibo.
 - Registro de correspondencia.
 - Tratamiento de documentación de entrada.
 - Tratamiento de documentación de salida.
 - Entrada y salida de documentos en registros públicos.
 - Franqueo pagado.
- Los servicios de correspondencia y paquetería.
 - Tipos de envío y servicios postales de Correo.
 - Servicios de compañías de mensajería.
 - Funcionamiento de las empresas de mensajería.
- Los medios telemáticos: funciones y procedimientos.
 - Oficina online de Correos. Servicios disponibles.
 - Servicios online de compañías de mensajería.

- Administración electrónica.
- Registro electrónico. Portafirmas electrónico.
- Certificado o firma digital. Entidad de certificación.
- Las normas de seguridad y confidencialidad de la correspondencia.
 - Ley Orgánica de Protección de Datos.

UT6: Archivo y clasificación de documentos.

- El archivo: Concepto y finalidad:
 - Objetivos de la organización de la información.
 - Concepto de archivo.
 - Reglas de archivo más importantes.
- Tipos de archivos empresariales:
 - Archivo activo, semiactivo e inactivo.
 - Tipos de gestión de un archivo.
- Sistemas de clasificación de documentos:
 - Sistema alfabético.
 - Sistema numérico.
 - Sistema geográfico.
 - Sistema cronológico.
 - Sistema temático.
 - Sistema alfanumérico.
- Archivo de documentos en formato papel:
 - Procedimiento de entrada, conservación, consulta y destrucción de documentación.
 - Diferencia entre datos e información
- Archivo informático de datos:
 - Ventajas del archivo informático de datos.
 - Ordenación de los datos informáticos.
 - Sistemas de gestión de datos.
 - Definición de base de datos. Componentes.
 - Archivos de la información digital.
 - Estructura y funciones de las bases de datos.
- Soportes y materiales de archivo:
 - Materiales y dispositivos de archivo en formato papel y digital.
 - Técnica 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

- Protección de la información: la LOPD:
 - Medidas y normativas para la protección, seguridad y acceso a la información.
 - Control de datos personales. La Ley Orgánica de Protección de Datos.

UT7: Detección y satisfacción de las necesidades del cliente.

- El cliente y su importancia para la empresa.
 - Concepto de cliente. Tipos de clientes.
 - Cliente, consumidor y usuario.
 - Importancia del cliente para la empresa.
 - Marketing relacional.
 - El cliente como fuente de información.
- Las motivaciones del cliente y el proceso de compra.
 - El proceso de compra.
 - Motivaciones que sustentan la compra.
 - Pirámide de Maslow. Tipos de necesidades.
 - Factores que marcan el comportamiento del cliente.
 - El proceso de decisión de compra.
- Elementos de la atención al cliente.
 - Organización, entorno y empleados.
- El departamento de atención al cliente.
 - La comunicación con el cliente.
 - Objetivos y funciones del departamento de atención al cliente.
 - Organización de la atención al cliente.
 - Calidad del departamento de atención al cliente
- Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente.
 - Fases del proceso de atención al cliente.
- Satisfacción y calidad.
 - Calidad y satisfacción.
 - Calidad del servicio y calidad percibida.
 - Calidad total y excelencia empresarial.
 - Principios para satisfacer al cliente.
- Evaluación del servicio y fidelización del cliente.
 - Expectativas y percepciones del cliente.
 - Anomalías y tratamiento de las mismas.

- Fidelización de la clientela.
- Tratamiento de anomalías en el servicio.

UT8: Atención de quejas y reclamaciones.

- Valoración de la atención recibida.
 - Departamento de atención al cliente.
 - Opinión del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencia y felicitación.
 - Medios para obtener la opinión de los clientes.
- Elementos de la reclamación.
 - Elementos de una queja o reclamación.
 - Formas de presentar una reclamación.
- Gestión de reclamaciones.
 - Principios básicos de gestión de reclamaciones.
 - ISO 10.002
 - Proceso de tratamiento d una reclamación.
 - Beneficios de un sistema de gestión de reclamaciones.
- El consumidor y su protección.
 - Definición de consumidor.
 - Derechos y obligaciones del consumidor.
 - Normativa básica en materia de consumo.
 - Ley para la defensa de consumidores y usuarios.
- Instituciones y organismos de consumo.
 - Organismos de defensa del consumidor.
 - Instituciones de consumo.
 - Sistema arbitral de consumo.
 - Mediación y arbitraje.
 - Asociaciones de Consumidores y Usuarios.
- Proceso de resolución de una reclamación ante la Administración.
 - Hojas de reclamaciones.
 - Presentación de una hoja de reclamaciones ante la Administración.
 - Tramitación de una hoja de reclamaciones por la Administración.
 - Diferencia entre reclamación y denuncia.
 - Actuación de la Administración ante una denuncia.

UT9: Potenciación de la imagen empresarial.

- La función comercial de la empresa.
 - Concepto de mercado.
 - Orientaciones comerciales de la empresa.
 - La función comercial. Principales actuaciones.
 - Marketing relacional.
- Marketing: concepto y niveles de desarrollo.
 - Concepto y funciones del marketing.
 - Necesidades, deseos y demanda.
 - Demanda total, de empresa y potencial.
 - Cuota de mercado.
 - Marketing estratégico y marketing operativo.
 - Ventaja competitiva y plan de marketing.
- Implantación del plan de marketing.
 - Ofertas comerciales.
 - Marketing emocional.
- Productos y sus estrategias.
 - Concepto, atributos y dimensiones del producto.
 - Envase, embalaje, marca, nombre y logotipo.
 - Estrategias de marca
- El precio y sus estrategias
 - Concepto de precio.
 - Precios psicológicos.
 - Estrategias de fijación de precios.
- El acercamiento físico al cliente: la distribución.
 - Concepto y utilidad de la distribución.
 - Canal de distribución. Tipos.
 - El intermediario. Tipos de intermediarios.
 - Estrategias de distribución.
- Estrategias de comunicación con el cliente.
 - Concepto de comunicación. Principios y objetivo.
 - Publicidad, relaciones públicas, merchandising, venta personal y promoción de ventas.
 - Product placement.
 - Marketing 2.0.

- Imagen y cultura de empresa: RSC
 - Imagen empresarial.
 - Misión y visión.
 - Cultura empresarial.
 - Responsabilidad Social Corporativa.
 - Stakeholders.

6. +TEMPORALIZACIÓN.

| | | <i>Unidades didácticas</i> | <i>Tiempo en horas</i> |
|----------------------|--|---|------------------------|
| 1ª EVALUACIÓN | | UNIDAD 1. Empresa y comunicación. | 20 h |
| | | UNIDAD 2. La comunicación presencial. | 20 h |
| | | UNIDAD 3. Comunicación telefónica | 20 h |
| 2ª EVALUACIÓN | | UNIDAD 4. Comunicación escrita. | 25 h |
| | | UNIDAD 5. El tratamiento de la correspondencia y paquetería. | 15 h |
| | | UNIDAD 6. Archivo y clasificación de documentos. | 15 h |
| 3ª EVALUACIÓN | | UNIDAD 7. Detección y satisfacción de las necesidades del cliente. | 15 h |
| | | UNIDAD 8. Atención de quejas y reclamaciones. | 15 h |
| | | UNIDAD 9. Potenciación de la imagen empresarial. | 15 h |
| | | | 160 h |

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 previo a la prueba ordinaria de junio de 2018.

7. PROCESOS DE EVALUACIÓN.

Los procesos de evaluación son:

- Se realizará una evaluación inicial del alumno/a para conocer la situación de partida del así como a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje se hará una evaluación formativa y sumativa como medio de valorar 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.
- 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 prueba escrita de recuperación de los contenidos 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 última sesión de evaluación parcial se realizará en la última semana del mes de mayo.
- 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 con finalización según calendario escolar. Con fecha comprendida entre la finalización de clases y final de curso, se realizará la evaluación final.
- 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.
- 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.

El proceso de evaluación del ciclo formativo de grado medio de Gestión Administrativa, y en concreto del módulo de Comunicación empresarial y atención al cliente, se

realizará teniendo en cuenta la normativa determinada en **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.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La calificación tendrá una nota numérica, del 1 al 10, y en la que el 5 o más, indicará que se han superado los objetivos marcados. Esta nota se obtendrá de la ponderación de diversas pruebas, 10% de los trabajos en clase, en casa y en grupos, 10% de la participación activa, la implicación en el seguimiento y la asistencia a clase y un 80% de las pruebas específicas.

Para calificar el módulo se atenderá a los siguientes aspectos:

- En el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje, se valorará la asistencia y participación en clase, la exposición de ideas y el grado de interés mostrado.
- En el desarrollo de las actividades propuestas, se tendrá en cuenta el trabajo diario desarrollado y la comprensión de los contenidos expuestos.
- En el desarrollo de actividades y trabajos en grupo, se valora tanto la calidad del trabajo como la exposición del mismo, la coordinación de tareas y el grado de participación con sus compañeros.
- Se valorará la resolución de ejercicios y cuestionarios programados, cuya finalidad es medir el grado de comprensión con que se van adquiriendo los conocimientos.

También, se realizarán actividades prácticas con el fin de verificar si los alumnos han adquirido las capacidades asociadas a cada unidad de trabajo.

Con carácter general, y con el fin de corregir ciertas actitudes inadecuadas, el departamento establece los siguientes criterios de reducción de la calificación final en las pruebas escritas:

- a) 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.
- a) En pruebas de “verdadero o falso”, se recomienda:
 - Restar el valor de una respuesta correcta por cada dos incorrectas.
- b) Por las faltas de ortografía detectadas en las pruebas escritas se aplicará una reducción en la calificación final de las mismas según el siguiente criterio:
 - Por cada falta detectada, restaremos a la calificación 0,1 puntos.
- c) Por los defectos de forma encontrados en la presentación de la prueba, aplicaremos los siguientes criterios de reducción en la calificación:
 - Por mala letra, se restará 0,25 puntos.

- Por presentación inadecuada (falta de limpieza, falta de orden, ausencia de márgenes, mal espaciado, etc.) se penalizará con una reducción de hasta 0,5 puntos.

La puntuación a restar entre los apartados b) y c) no excederá nunca de 2 puntos.

Asimismo, el departamento acuerda que, habrá un sistema de recuperación que se establecerá a criterio de cada profesor/a, mediante la aplicación de alguna/s de las siguientes medidas correctoras:

- La puntuación perdida por faltas de ortografía se recuperará mediante:
 - El copiado de la palabra o expresión un cierto número de veces.
 - La presentación de un número de oraciones en las que conste la palabra o expresión, con un uso correcto de la misma.
 - La búsqueda, en el diccionario de la RAE, del significado de la palabra.
- 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.

En caso, de que algún alumno/a falte, justificadamente, a un examen de una materia, deberá presentar documento oficial de justificación para optar a la realización del examen en otra fecha distinta fijada por el profesorado de la materia.

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.

La evaluación final deberá ser fundamentalmente procedimental.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

- En 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, con el objeto de adaptarla al nivel de partida y elementos motivadores para el alumnado.
- Se realizarán las pruebas teóricas y prácticas conforme a los criterios antes indicados. Las teóricas podrán ser:
 - Pruebas compuestas por preguntas en las que se debe de optar por una entre múltiples respuestas. Para calificarlas se recomienda seguir el siguiente criterio:
 - Cuando la prueba se componga de N preguntas con M respuestas posibles, cada respuesta correcta tendrá un valor de P/N y por cada respuesta incorrecta se restará un valor de $1/M-1$; las preguntas en blanco no suman ni tampoco restan.
 - Se tendrá en cuenta que si el profesor o profesora valora que equivocarse en una pregunta es de suma importancia, éste podría optar por que los errores restasen algo más.

- Cada pregunta tiene una y solamente una respuesta válida posible. En caso contrario, queda a criterio del examinador ser más o menos duro con la puntuación.
- Pruebas de “verdadero o falso”, para calificarlas se recomienda:
 - Restar el valor de una respuesta correcta por cada dos incorrectas.
- Pruebas compuestas por preguntas de desarrollo corto, medio o largo.
- El profesor elaborará una guía de observación, conformada por una lista de control, donde anotará:
 - Las notas de las pruebas teóricas y prácticas.
 - El seguimiento de los ejercicios realizados por el alumno/a en la clase y en casa.
 - La responsabilidad en el trabajo.
 - Actitud y participación en clase.
 - Cuidado del material y equipos.
 - Asistencia y puntualidad.
- Se prevé la adaptación individualizada de las pruebas y criterios de evaluación para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

8. METODOLOGÍA.

La impartición del módulo de Comunicación empresarial 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 asimilaban 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.

ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

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.

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/as alumno/as/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/as.
- La coordinación entre todos los docentes que integran el ciclo.

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

9. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

10.1. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN.

Es una parte más del proceso de enseñanza-aprendizaje, teniendo en cuenta que se trata de evaluación continua y de la formación integral del alumno/a.

Se iniciará cuando se detecte la deficiencia en el alumno/a sin esperar al suspenso, realizando actividades complementarias de refuerzo, apoyándolo/la en aquellos puntos donde presente deficiencias, es muy probable que se evite la evaluación negativa.

Ahora bien, en aquellos casos en que el proceso de aprendizaje no sea progresivo, es decir, cuando los alumno/as no logren la superación de las deficiencias y fallos detectados y por tanto no hayan alcanzado una valoración suficiente en cualquiera de los conceptos evaluados, se establecerán actividades específicas de recuperación.

Estas actividades consisten en la realización de test, actividades, supuestos prácticos y pruebas de recuperación.

El periodo comprendido entre el 1 y 22 de junio se dedicará al repaso de las unidades didácticas para aquel alumnado que requiera preparar la evaluación final o mejorar su nota.

El sistema de recuperación para las faltas de ortografía y los defectos de forma será a criterio de cada profesor/a, mediante la aplicación de alguna/s de las siguientes medidas correctoras:

- La puntuación perdida por faltas de ortografía se recuperará mediante:
 - El copiado de la palabra o expresión un cierto número de veces.
 - La presentación de un número de oraciones en las que conste la palabra o expresión, con un uso correcto de la misma.
 - La búsqueda, en el diccionario de la RAE, del significado de la palabra.
- 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.

10.2.ALUMNOS CON NECESIDADES ESPECÍFICAS DE APOYO EDUCATIVO Y REPETIDORES.

Se realizarán adaptaciones individualizadas de acceso y adaptaciones no significativas. Esto supone modificaciones en los elementos de acceso al currículo que permitirán al alumno/a desarrollar las capacidades enunciadas en los objetivos generales de la etapa, tales como la organización de los recursos humanos, distribución de espacios, disposición del aula, equipamiento y recursos didácticos, horario y agrupamiento de alumnos/as, empleo de programas de mediación (enriquecimiento cognitivo, lingüístico, habilidades sociales...o métodos de comunicación alternativa. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.

Se adoptará una metodología que favorezca el aprendizaje de todo el alumnado en su diversidad proponiendo actividades abiertas para que cada alumno/a realice según sus posibilidades, ofreciendo estas actividades con una graduación de dificultad en cada unidad de trabajo, se les plantearán actividades de refuerzo o profundización y ampliación que requieran un mayor rigor técnico sobre la materia, se organizarán los aprendizajes mediante proyectos que les motiven y les ayuden a relacionar y aplicar conocimientos, aprovechar situaciones de heterogeneidad, sobre todo manteniendo una actitud positiva y de acogida a todo tipo de alumnado, permitiéndoles la posibilidad de cualificarse profesionalmente.

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:

1. Se diferencian todos aquellos elementos que resultan esenciales de los contenidos, que amplían o profundizan en los mismos.
2. Se ha graduado la dificultad de las tareas, de forma que todos los alumno/as puedan encontrar espacios de respuesta adecuados para su actuación.
3. Las actividades se pueden desarrollar en grupos de trabajo heterogéneos (parejas, pequeño y gran grupo) con flexibilidad en el reparto de tareas.
4. Se adaptaran los tiempos de aprendizaje al ritmo individual del alumno/a.

5. Se incluirán actividades de refuerzo y ampliación programadas en cada unidad didáctica.

MEDIDAS CONCRETAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

- **Atención al alumnado que repite la materia:**

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

- **Atención al alumnado con necesidades educativas especiales.**

Durante el presente curso, no hay alumnado con estas características en ninguno de los grupos de 1º de CFGM de Gestión Administrativa.

11. RECURSOS NECESARIOS.

- 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 empresarial y atención al cliente” Editorial: Mc Graw Hill
- Documentos administrativos
- Medios informáticos para el tratamiento de la información, para lo que se cuenta con la dotación de ordenadores del taller.

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 DE AULA.

UNIDAD 1. EMPRESA Y COMUNICACIÓN.

1. Resultados de aprendizaje

Seleccionar las técnicas de comunicación adecuadas, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.

2. Criterios de evaluación

- Se han diferenciado los tipos de organización y sus organigramas funcionales.
- Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas que forman una organización.
- Se ha distinguido entre comunicación e información.
- Se han descrito los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- Se han diferenciado las comunicaciones internas y externas.
- Se ha identificado los flujos de información dentro de la empresa.
- Se han identificado los flujos de información dentro de la empresa.
- Se han diferenciado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.

- Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
- Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
- Se ha analizado los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.

3. Contenidos

- La empresa y su organización.
- La información en la empresa.
- El proceso de comunicación.
- La comunicación en la empresa.
- Departamentos y áreas funcionales tipo.
- La comunicación interna en la empresa, comunicación formal e informal.

UNIDAD 2. LA COMUNICACIÓN PRESENCIAL

1. Resultados de aprendizaje

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

2. Criterios de evaluación

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

3. Contenidos

- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Canales de comunicación oral
 - Comunicación no verbal e imagen personal.
 - La comunicación oral dentro del ámbito de la empresa
- La comunicación telefónica

UNIDAD 3. COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

1. Resultados de aprendizaje

Recepcionar, procesar y transmitir información de forma oral en las comunicaciones telefónicas.

2. Criterios de evaluación

- Se ha elaborado el mensaje verbal de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión en las comunicaciones telefónicas.
- Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado en las comunicaciones telefónicas.
- Se ha utilizado equipos de telefonía aplicando las normas básicas de uso.
- Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones no presenciales.
- Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando la actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados en las comunicaciones telefónicas.
- Se han analizado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.
- Se ha valorado se la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad en las comunicaciones telefónicas.

3. Contenidos

- La comunicación presencial: elementos y situaciones.
- Técnicas de comunicación presencial.
- Criterios de calidad en la comunicación presencial.
- Costumbres socioculturales y usos empresariales.
- La comunicación no verbal.

UNIDAD 4. COMUNICACIONES ESCRITAS.

1. Resultados de aprendizaje

- Transmitir información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
- Recibir y procesar las comunicaciones internas y externas.

2. Criterios de evaluación

- Se ha clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
- Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
- Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
- Se han diferenciado en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
- Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.

3. Contenidos

- Elementos de la comunicación escrita.
- Redacción de escritos.
- Documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
- Soportes para elaborar y transmitir documentos.
- Canales de transmisión de documentos.
- Aplicaciones informáticas de procesamiento de texto.
- Herramientas de búsqueda de información.

UNIDAD 5. EL TRATAMIENTO DE LA CORRESPONDENCIA Y PAQUETERÍA

1. Resultados de aprendizaje

Transmitir, recibir y procesar las comunicaciones internas y externas de la empresa y de la Administración Pública.

2. Criterios de evaluación

- Se ha identificado las tareas que hay que realizar en el tratamiento de la correspondencia y paquetería en las empresas e instituciones públicas.

- Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
- Se han identificado los distintos medios para realizar el envío de la correspondencia y paquetería, determinando su coste y tiempo de envío.
- Se han descrito las funciones y procedimientos básicos relativos a los medios telemáticos utilizados en el tratamiento de la correspondencia y paquetería.
- Se ha aplicado correctamente la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.

3. Contenidos

- La circulación de la correspondencia en entidades privadas y públicas.
- Los servicios de correspondencia y paquetería.
- Las normas de seguridad y confidencialidad de la correspondencia.
- Los medios telemáticos: funciones y procedimientos.

UNIDAD 6. ARCHIVO Y CLASIFICACIÓN DE DOCUMENTOS.

1. Resultados de aprendizaje

- Archivar información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.
- Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.

2. Criterios de evaluación

- Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- Se han diferenciado las técnicas de organización de información en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información.
- Se han aplicado técnicas de archivo en los intercambios de información telemática.
- Se han identificado los distintos soportes de archivo y registro, así como las prestaciones de las aplicaciones informáticas más utilizada.
- Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones.
- Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación, detectando los errores que puedan producirse.
- Se han aplicado las técnicas 3R en la elaboración y archivo de la documentación.
- Se han aplicado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente en documentos físicos e informáticos.

3. Contenidos

- El archivo: Concepto y finalidad.
- Tipos de archivos empresariales.
- Sistemas de clasificación de documentos.
- Archivo de documentos en formato papel.
- Archivo informático de datos.
- Protección de la información: la LOPD.
- Soportes y materiales de archivo.

UNIDAD 7. DETECCIÓN Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.

1. Resultados de aprendizaje

- Reconocer las necesidades de posibles clientes a través de la aplicación de técnicas de comunicación.
- Aplicar procedimientos de calidad en la atención al cliente, identificando los estándares establecidos.

2. Criterios de evaluación

- Se ha descrito la figura del cliente y su importancia para la empresa.
- Se han diferenciado los distintos tipos de cliente de una empresa.
- Se ha identificado el comportamiento del cliente.
- Se ha analizado las motivaciones de compra o demanda de servicios.
- Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- Se ha observado la debida forma y actitud al atender a un cliente.
- Se han identificado los errores más habituales en la comunicación con un cliente.
- Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en un empresa.
- Se han definido las variables del servicio postventa y su relación con la fidelización.
- Se han detectado errores producidos en la prestación de un servicio.
- Se han tratado las anomalías producidas en la prestación de un servicio.

3. Contenidos

- El cliente y su importancia para la empresa.
- Las motivaciones del cliente y el proceso de compra.
- Elementos de la atención al cliente.
- Evaluación del servicio y fidelización del cliente.

- Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente.
- Satisfacción y calidad.
- El departamento de atención al cliente.

UNIDAD 8. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES.

1. Resultados de aprendizaje

- Atender consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumos.
- Aplicar procedimientos de calidad en la atención al cliente, identificando los estándares establecidos.

2. Criterios de evaluación

- Se ha valorado la importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.
- Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
- Se han identificado los elementos de una queja o reclamación.
- Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de anomalías.
- Se ha reconocido el proceso a seguir en la resolución de reclamaciones.
- Se ha valorado la protección del consumidor.
- Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
- Se ha utilizado el documento adecuado para gestionar una queja o reclamación.

3. Contenidos

- Valoración de la atención recibida.
- Elementos de la reclamación.
- Gestión de reclamaciones.
- El consumidor y su protección.
- Instituciones y organismos de consumo.
- Proceso de resolución de una reclamación ante la Administración.

UNIDAD 9. POTENCIACIÓN DE LA IMAGEN EMPRESARIAL.

1. Resultados de aprendizaje

Potenciar la imagen de una empresa, reconociendo y aplicando los elementos y herramientas de marketing

2. Criterios de evaluación

- Se ha identificado el concepto de marketing.
- Se han reconocido las funciones y objetivos principales del marketing.
- Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
- Se ha diferenciado los elementos y herramientas básicas del marketing mix.
- Se ha valorado la imagen corporativa como medio de conseguir los objetivos empresariales.
- Se ha valorado la importancia de las Relaciones Públicas y de la atención al cliente.

3. Contenidos

- La función comercial de la empresa.
- Marketing: concepto y niveles de desarrollo.
- Implantación del plan de marketing.
- Productos y sus estrategias.
- El precio y sus estrategias
- Imagen y cultura de empresa: RSC
- Estrategias de comunicación con el cliente.
- El acercamiento físico al cliente: la distribución.