

Programación del módulo

COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE GRADO SUPERIOR

Ciclo formativo ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS CURSO: 2020-21

Profesores: Capilla de Guindos López
Luis Miguel Sánchez Ríos (Prof. Sustituto)
Rocío Gausí Marín (Profesora sustituta)

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN	3
2.- OBJETIVOS.....	3
2.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO.....	3
2.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.	4
2.3. OBJETIVOS GENERALES DEL TÍTULO.	6
2.4 RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO PROFESIONAL.	8
3. CONTENIDOS.....	13
3.1 ANALISIS Y SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS.....	13
3.2.- UNIDADES DE TRABAJO.....	18
4. METODOLOGÍA.....	30
4.1. ASPECTOS ORGANIZATIVOS: TIEMPOS, ESPACIOS, RECURSOS Y MATERIALES.....	30
4.1.1 Tiempos.....	30
4.1.2 Espacios.....	30
4.1.3 Recursos materiales.....	30
5. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD EN MI PRÁCTICA DOCENTE.....	31
6. EVALUACIÓN.....	32
6.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.	32
6.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	36
6.3. PROCESOS DE MEJORA Y RECUPERACIÓN.	37

1.- INTRODUCCIÓN

El título de **Técnico Superior en Administración y Finanzas** queda identificado por los siguientes elementos:

- **Denominación:** Administración y Finanzas.
- **Nivel:** Formación profesional de Grado Superior.
- **Duración:** 2.000 horas.
- **Familia Profesional:** Administración y Gestión.
- **Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación:** CINE-5b.
- **Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior:** Nivel 1 Técnico Superior.

El módulo objeto de la presente programación es el siguiente:

- **Denominación:** Comunicación y atención al cliente.
- **Código:** 0651.
- **Curso:** 1º Administración y Finanzas.
- **Alumnado:** 28 (14 alumnos y 14 alumnas).
- **Duración:** 160 horas.
- **Horas semanales:** 5 (2 horas presenciales y 3 online).
- **Días de la semana:** Martes (online), jueves (presencial) y viernes (online).

2.- OBJETIVOS

2.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO.

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico según, **Real Decreto 1584/2011 de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas y se fijan sus enseñanzas mínimas** (BOE 15/12/2011), recogidos también **ORDEN de 11 de marzo de 2013 por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas.** (BOJA 22/04/2013) por el que se establecen las enseñanzas correspondientes al Título de Formación Profesional de **Técnico en Superior en Administración y Finanzas** en Andalucía, perteneciente a la familia profesional de Administración y Gestión, y cuya

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

Desarrollados dentro de la cualificación profesional actividades administrativas de recepción y relación con el cliente Asistencia documental y de gestión en despachos y oficinas ADG310_3 (Real Decreto 107/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia: UC0982_3: Administrar y gestionar con autonomía las comunicaciones de la dirección. UC0986_3: Elaborar documentación y presentaciones profesionales en distintos formatos. UC0987_3: Administrar los sistemas de información y archivo en soporte convencional e informático, por lo que, en su diseño, se ha fijado como uno de los módulos profesionales a cursar el de “**Comunicación y Atención al Cliente**”, que se imparte en el **primer curso** del Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas.

Las nuevas tecnologías, la innovación en los productos, la organización flexible, suponen que el trabajo profesional está sujeto a una transformación continua con nuevos métodos y formas de trabajo, lo cual presenta consecuencias importantes para la cualificación y competencia de dichos trabajadores y para su formación.

El trabajo en el centro educativo tiene como fin último dotar, de las *competencias profesionales, personales y sociales*, a los alumnos en el sentido de “posesión y desarrollo de conocimientos, destrezas y actitudes para realizar con éxito la cualificación profesional propia del Técnico Superior en Administración y Finanzas en diferentes situaciones de trabajo, de forma autónoma y responsable en su área profesional”.

2.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.

Con la programación de este módulo vamos a contribuir a desarrollar principalmente las *competencias profesionales, personales y sociales* que aparecen señaladas en **negrita** de entre todas las reguladas por el *artículo 5 del Real Decreto 1584/2011, de 4 de noviembre*.

- 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.

2.3. OBJETIVOS GENERALES DEL TÍTULO.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los **objetivos generales** de este ciclo formativo que se relacionan a continuación, enunciados en el *artículo 3 de la Orden de 11 de marzo de 2013*, contribuyendo a alcanzar este módulo más directamente los señalados en **negrita**.

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, personales y colectivas, 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.

2.4 RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO PROFESIONAL.

Los **resultados de aprendizaje** del módulo profesional de **Comunicación y Atención al Cliente** son:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE	PONDERACIÓN
--	--------------------

1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	12,5%
2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	20%
3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	20%
4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.	12,5%
5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.	10%
6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.	12,5%
7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.	12,5%

A partir de los resultados de aprendizaje establecidos en la orden que regula el título de Técnico Superior en Administración y Finanzas, vamos a analizar la relación existente entre las competencias profesionales, personales y sociales con los resultados de aprendizaje del módulo asociado. Así mismo, hemos analizado la relación existente entre los objetivos generales del título y los resultados de aprendizaje del módulo profesional, relacionándolo todo con las unidades de trabajo propuestas.

En la tabla que expongo a continuación relacionamos, además de las competencias profesionales, personales y sociales y los objetivos generales, las unidades didácticas implicadas en la consecución de los resultados de aprendizaje.

MÓDULO PROFESIONAL:		COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE	
CP	OG	RA	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
p)	e),n)	1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	UT 1: La organización en la empresa. Proceso de información y comunicación.
a),b)	a),b),s)	2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	UT 2: La comunicación presencial en la empresa. UT 3: Comunicación telefónica y telemática: las redes sociales
a),b)	a),b),d)s)	3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	UT 4: Documentos escritos al

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

a),d ,e)	g)	4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.	UT 5: Tratamiento y envío de información empresarial
c),d)	e),s)	5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.	UT 6: Comunicación y atención comercial.
l)	n)	6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.	UT 7: Gestión de conflictos y reclamaciones.
l)	n)	7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.	UT 8: Servicio postventa y fidelización de los clientes.

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES RELACIONADAS

- 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.
- 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.
- 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.

OBJETIVOS GENERALES RELACIONADOS

- 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.
- 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.
- g) Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.

- 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.
- 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.

3. CONTENIDOS.

3.1 ANALISIS Y SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS.

Los contenidos básicos del módulo en base a lo recogido en la ***Orden de 11 de marzo de 2013, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas***, son los siguientes:

1. Técnicas de comunicación institucional y promocional:

Las organizaciones empresariales. Concepto. Características y tipología de las organizaciones.

Las funciones en la organización. Dirección, planificación, organización y control.

Dirección en la empresa. Estilos de mando.

Los departamentos. Áreas funcionales.

Organigramas. Concepto y clasificación.

Las relaciones humanas y laborales en la empresa. Comunicación e información y comportamiento.

La comunicación interna en la empresa. Comunicación formal e informal.

La comunicación externa en la empresa.

Procesos y sistemas de información en las organizaciones.

Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.

Calidad del servicio y atención de demandas.

La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

2. Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:

Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.

Principios básicos en las comunicaciones orales.

Técnicas y formas de comunicación oral.

Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.

Formas de comunicación oral.

Barreras de la comunicación verbal y no verbal.

Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.

Utilización de técnicas de imagen personal.

Comunicaciones en la recepción de visitas.

Realización de entrevistas. Fases.

Realización de presentaciones.

La comunicación telefónica. La centralita y uso del listín telefónico.

Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas.

Preparación y realización de llamadas.

Identificación de los interlocutores.

La cortesía en las comunicaciones telefónicas.

Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.

Tratamiento de distintas categorías de llamadas.

La videoconferencia.

3. Elaboración de documentos profesionales escritos:

La comunicación escrita en la empresa. Normas.

Estilos de redacción. Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional. Técnicas de comunicación escrita.

Siglas y abreviaturas.

Elementos utilizados en la documentación profesional. El sobre. El papel.

Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.

Herramientas para la corrección de textos.

Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”. Publicación de documentos con herramientas de la web 2.0

Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.

4. Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información:

La recepción, envío y registro de la correspondencia.

Servicios de correos y agencias o compañías de mensajería, circulación interna de correspondencia y paquetería.

Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

El proceso de archivo. Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo. Sistemas de archivo.

Archivo de documentos. Clasificación y ordenación de documentos. Normas.

Clasificación de la información.

Centralización o descentralización del archivo.

Custodia y protección del archivo.

Las bases de datos para el tratamiento de la información.

El correo electrónico. Partes de un mensaje. Redacción.

5. Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:

El cliente. Concepto y tipos. Motivación de compra.

La atención al cliente en la empresa/organización.

Canales de comunicación con el cliente.

El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa. Funciones y organización.

Documentación implicada en la atención al cliente.

Sistemas de información y bases de datos. Herramientas.

Relaciones públicas.

Procedimientos de obtención y recogida de información.

Técnicas de atención al cliente. Dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.

6. Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:

El rol del consumidor y/o usuario. Diferencias.
La protección del consumidor y/o usuario. Derechos y deberes.
La defensa del consumidor.
Organismos de protección al consumidor. Instituciones públicas y asociaciones de consumidores
Reclamaciones y denuncias.
Mediación, conciliación y arbitraje. Concepto y características.
Situaciones en las que se origina una mediación, conciliación o arbitraje.

7. Organización del servicio posventa:

El valor de un producto o servicio para el cliente.
Actividades posteriores a la venta.
El proceso posventa y su relación con otros procesos.
Tipos de servicio posventa.
La gestión y estándares de la calidad en el proceso del servicio posventa. CRM
Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa.
Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad. Cualitativas y cuantitativas.
Fidelización del cliente.

En caso de confinamiento por la COVID-19 y suspensión de las clases presenciales, los contenidos anteriores se entenderán como contenidos mínimos.

Estos contenidos se distribuyen en 7 bloques temáticos que serían:

-
- BLOQUE TEMÁTICO I: Empresa y comunicación. RA1**
 - BLOQUE TEMÁTICO II: Comunicación oral. RA2**
 - BLOQUE TEMÁTICO III: Comunicación escrita. RA3**
 - BLOQUE TEMÁTICO IV: Tratamiento y envío de la información. RA4**
 - BLOQUE TEMÁTICO V: Comunicación y atención comercial. RA5**
 - BLOQUE TEMÁTICO VI: Gestión de quejas y reclamaciones. RA6**
 - BLOQUE TEMÁTICO VII: Servicio postventa y fidelización de clientes. RA7**
-

El **Bloque I** tiene carácter introductorio, y su objetivo es dar a conocer los conceptos básicos del proceso de comunicación. Sin el conocimiento de los mismos, sería inútil poner en práctica los aspectos que se trabajarán en los siguientes bloques. **(UT 1)**

El **Bloque II** nos introduce en la comunicación oral como medio para desarrollar las operaciones administrativas y su relación con clientes, empleados y proveedores. **(UT 2-3)**

En el **Bloque III** se introduce en la comunicación escrita, como una herramienta fundamental a la hora de desarrollar operaciones administrativas en la empresa, relaciones con otras empresas y con la Administración Pública. **(UT 4)**

El **Bloque IV** estudia los distintos tipos de archivo, así como los distintos tipos de clasificación. **(UT 5)**

El **Bloque V** trata las motivaciones e intereses de los clientes con el fin de aplicar herramientas para su satisfacción. **(UT 6)**

El **Bloque VI** se centra en el proceso de resolución de reclamaciones. **(UT 7)**

El **Bloque VII** trata las diferentes técnicas comerciales utilizadas para potenciar la imagen empresarial. **(UT 8)**

De esta manera, este módulo, como cualquier otro módulo del ciclo formativo, se presentará relacionado con una secuencia de unidades didácticas. Tal secuencia deberá realizarse respetando algunos principios didácticos, de manera que se progrese desde lo particular hacia lo general; desde lo más simple a lo más complejo.

Una vez ordenadas las unidades didácticas habrá que asignarles una duración teniendo en cuenta la duración total del módulo y el peso o grado de dificultad de cada unidad.

Los contenidos que se presentan a continuación están interrelacionados entre sí, de forma que al inicio de cada unidad de trabajo correspondiente se hará referencia a las unidades previas, dado que la adecuada comprensión de una determinada unidad precisará el entendimiento de las anteriores.

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BLOQUE	Nº U.T.	TÍTULO	<i>SESIONES</i>	<i>EVALUACIÓN</i>
I	1	Empresa y comunicación.	18	PRIMER PARCIAL
II	2, 3	La comunicación oral	35	
III	4	Comunicaciones escritas	35	SEGUNDO PARCIAL
IV	5	Tratamiento y envío de la información empresarial	18	
V	6	Comunicación y atención comercial	18	
VI	7	Gestión de conflictos y reclamaciones	20	TERCER PARCIAL
VII	8	Servicio postventa y fidelización de los clientes	16	
<i>TOTAL SESIONES</i>			160	

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES POR BLOQUES, SESIONES Y EVALUACIÓN.

3.2.- UNIDADES DE TRABAJO.

CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 1. Empresa y comunicación.	<p>1. La organización en la empresa. Proceso de información y comunicación.</p> <p>1.1. La empresa: elementos y tipos.</p> <p>1.2. La organización interna de la actividad empresarial.</p> <p>1.3. La función directiva.</p> <p>1.4. La información en la actividad empresarial.</p> <p>1.5. La comunicación en la actividad empresarial.</p> <p>1.6. Comunicación externa e imagen corporativa.</p>	<p>RA 1.</p> <p>Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.</p>	<p>a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.</p> <p>b) Se han analizado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.</p> <p>c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.</p> <p>d) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.</p> <p>e) Se ha elaborado el organigrama de acuerdo con la estructura departamental propuesta.</p> <p>f) Se han analizado los distintos estilos de mando de una organización relacionándolos con el clima laboral que generan.</p> <p>g) Se ha identificado el estilo de mando de la organización y los errores de comunicación que se deriven del mismo.</p> <p>h) Se ha distinguido los tipos de demanda de información más usuales, estableciendo la relación entre estos y el tipo de cliente, interno y externo, que pueden intervenir en esas peticiones.</p> <p>i) Se han diferenciado los procesos de</p>

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

			<p>comunicación internos formales e informales.</p> <p>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.</p> <p>k) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.</p> <p>l) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.</p> <p>m) Se ha aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales de una organización</p>
CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
<p>Unidad 2. La comunicación presencial en la empresa.</p>	<p>2. La comunicación presencial.</p> <p>2.1. La comunicación en la empresa: elementos y tipos.</p> <p>2.2. La comunicación presencial: etapas y principios.</p> <p>2.3. Técnicas de comunicación presencial.</p> <p>2.4. Situaciones presenciales más usuales.</p> <p>2.5. La comunicación no verbal.</p>	<p>RA 2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</p>	<p>a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.</p> <p>b) Se han detectado las interferencias producidas por las barreras de comunicación en la comprensión de un mensaje.</p> <p>c) Se ha utilizado el léxico y las expresiones</p>

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

	<p>2.6. Costumbres, protocolo y formas de actuación.</p>	<p>adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.</p> <p>d) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.</p> <p>e) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.</p> <p>f) Se ha valorado la comunicación no verbal como medio de comunicación de la imagen de la organización.</p> <p>g) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales</p> <p>h) Se han tenido en cuenta costumbres socioculturales y los usos empresariales</p> <p>i) Se han observado las debidas normas de cortesía en situaciones simuladas de comunicación presencial.</p> <p>j) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial.</p> <p>k) Se ha realizado una presentación o una exposición oral sobre un tema de un ámbito profesional específico.</p> <p>l) Se ha valorado la escucha activa</p>
--	--	--

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

		<p>y hablar adecuadamente en público en la mejora de los procesos de comunicación presencial.</p> <p>m) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones presenciales de la organización</p>
--	--	--

CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
<p>Unidad 3. La comunicación telefónica y telemática. Las redes sociales.</p>	<p>1. Comunicación telefónica y telemática: las redes sociales.</p> <p>1.1. El proceso de comunicación telefónica.</p> <p>1.2. Medios, equipos y prestaciones para la comunicación telefónica.</p> <p>1.3. Protocolos en la comunicación telefónica.</p> <p>1.4. Gestión empresarial de las comunicaciones telefónicas.</p> <p>1.5. Tipos de comunicación telefónica.</p> <p>1.6. Gestión de las comunicaciones telemáticas en la empresa.</p>	<p>RA 2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</p>	<p>a) Se han identificado los principales componentes de una adecuada atención telefónica.</p> <p>b) Se han identificado los distintos tipos de interlocutores, determinando el tratamiento apropiado según sus características.</p> <p>c) Se han descrito los principales medios, equipos y prestaciones necesarios para una adecuada atención telefónica.</p> <p>d) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación telefónica (sonrisa, tono, elocución, escucha activa, lenguaje positivo.etc)</p> <p>e) Se ha aplicado el protocolo para las comunicaciones telefónica, utilizando el léxico y las expresiones adecuadas, transmitiendo la información de forma clara,</p>

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

		<p>estructurada y precisa, con cortesía, respeto y sensibilidad.</p> <p>f) Se han realizado y recibido llamadas telefónicas de forma efectiva.</p> <p>g) Se han detectado las interferencias producidas en la comprensión de un mensaje telefónico.</p> <p>h) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.</p> <p>l) 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.</p> <p>j) Se han gestionado todos los procedimientos relacionados con la atención adecuada de una llamada telefónica.</p> <p>k) Se han descrito los principales tipos de comunicación telemática, así como su adecuada utilización empresarial.</p> <p>l) Se ha aplicado el protocolo para las comunicaciones telemáticas, usando el léxico y las expresiones adecuados.</p> <p>m) Se han aplicado las distintas técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas de la organización.</p> <p>n) Se han gestionado todos los procedimientos relacionados con la atención adecuada de una comunicación telemática.</p>
--	--	--

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 4. Comunicación escrita.	<p>2. Documentos escritos al servicio de la comunicación empresarial.</p> <p>2.1. La comunicación escrita: elementos y tipos.</p> <p>2.2. Normas para una adecuada redacción: ortografía, sintaxis, gramática, puntuación y presentación.</p> <p>2.3. Documentos propios de la comunicación escrita: comunicación interna y externa.</p> <p>2.4. Soportes para transmitir documentos escritos: papel y digital.</p> <p>2.5. Canales para transmitir documentos escritos:</p> <p>2.5.1. Correo convencional.</p> <p>2.5.2. Fax.</p> <p>2.5.3. Correo electrónico.</p> <p>2.5.4. Instrumentos de comunicación interna.</p> <p>2.5.5. A través de la web.</p> <p>2.5.6. Procesamiento informático.</p>	<p>RA 3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.</p>	<p>a) Se han identificado las principales características y elementos de la comunicación escrita frente a otros tipos de formas de transmisión de la información.</p> <p>b) Se ha identificado al destinatario, observando las normas de protocolo.</p> <p>c) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.</p> <p>d) Se han explicado los elementos y recursos básicos de la expresión escrita (puntuación, ortográfica, cohesión y coherencia, estructura, terminología adecuada, redacción clara, concisa y coherente del documento)</p> <p>e) Se ha redactado el documento apropiada, utilizando una estructura, terminología y forma adecuada en función de su finalidad y de la situación de partida.</p> <p>f) Se han redactado notas de prensa de acuerdo con manuales de estilo tipo.</p> <p>g) Se ha</p>

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

		<p>supervisado la redacción de documentos escritos de carácter institucional de acuerdo con los objetivos propuestos y utilizando el lenguaje adecuado.</p> <p>h) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos, en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.</p> <p>i) Se han identificado herramientas de corrección de textos, aplicando criterios de corrección lingüística, gramatical, ortográfica y semántica.</p> <p>j) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.</p> <p>k) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.</p> <p>l) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.</p>
--	--	--

CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 5. Tratamiento y envío de la información.	<p>3. Tratamiento y envío de la información.</p> <p>3.1. El archivo: Concepto, finalidad y tipos</p> <p>3.2. Sistemas de clasificación de documentos.</p> <p>3.3. Recepción y archivo de documentación.</p> <p>3.4. Consulta y conservación de la documentación.</p> <p>3.5. Tratamiento de la correspondencia empresarial.</p> <p>3.6. Seguridad y confidencialidad de la información: la Ley de Protección de Datos.</p>	R.A. 4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.	<p>a) Se han descrito las técnicas para organizar la documentación, su utilidad, ventajas e inconvenientes.</p> <p>b) Se ha determinado el sistema de clasificación apropiado a cada tipo de documento</p> <p>c) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados para recibir y registrar comunicaciones escritas.</p> <p>d) Se ha descrito cómo catalogar, archivar, consultar y conservar la documentación empresarial.</p> <p>e) Se han identificado los soportes de archivo más habituales.</p> <p>f) Se aplican los niveles de protección, seguridad y acceso a la información.</p> <p>g) Se ha interpretado la legislación aplicable sobre protección de datos.</p>

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 6. Comunicación y atención comercial.	<p>6. Comunicación y atención comercial.</p> <p>6.1. El cliente: tipos y su importancia para la empresa.</p> <p>6.2. Las motivaciones del cliente y el proceso de compra.</p> <p>6.3. El departamento de atención al cliente: funciones, organización y calidad.</p> <p>6.4. Comunicación en la atención comercial.</p> <p>6.5. El proceso de atención comercial: elementos y técnicas.</p> <p>6.6. Tratamiento y gestión de la información comercial: los CRM.</p>	R.A. 5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.	<p>a) Se ha descrito la figura del cliente, diferenciando los distintos tipos y su importancia para la empresa.</p> <p>b) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.</p> <p>c) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>d) Se han aplicado técnicas de comunicación al atender y asesorar a los clientes, analizando y solucionando los errores más comunes.</p> <p>e) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente.</p> <p>f) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.</p>

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 7. Gestión de conflictos y reclamaciones.	<p>7. Gestión de conflictos y reclamaciones.</p> <p>7.1. Exteriorización de la satisfacción del cliente: actuación.</p> <p>7.2. La reclamación: documentación asociada.</p> <p>7.3. Gestión empresarial de reclamaciones escritas.</p> <p>7.4. Gestión de reclamaciones presenciales.</p> <p>7.5. Conflicto y negociación comercial: técnicas y herramientas de negociación.</p> <p>7.6. La protección de los derechos del consumidor.</p> <p>7.6.1. Derechos y obligaciones del consumidor.</p> <p>7.6.2. Normativa básica en materia de consumo.</p> <p>7.6.3. Instituciones y organismos de consumo.</p>	<p>R.A. 6 Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.</p>	<p>a) Se valora el grado de satisfacción en los clientes, así como los canales utilizados para su exteriorización.</p> <p>b) Se conoce la estructura y presentación de una reclamación.</p> <p>c) Se desarrolla un tratamiento y gestión documental adecuados de reclamaciones.</p> <p>d) Se utilizan adecuadamente la comunicación verbal y no verbal al gestionar reclamaciones presenciales.</p> <p>e) Se aplican el estilo y los métodos más adecuados a cada conflicto, buscando soluciones sin agresividad ni ruptura de la comunicación.</p> <p>f) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor, aplicando la normativa en materia de consumo.</p>

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 8. Servicio postventa y fidelización del cliente.	8. Servicio postventa y fidelización de los clientes. 8.1. El servicio postventa: definición y tipos. 8.2. La calidad y el servicio posventa. 8.3. Gestión de la calidad: planificación y evaluación del servicio postventa. 8.4. Tratamiento de errores y anomalías. Control y mejora del servicio. 8.5. El CMR como instrumento de gestión postventa. 8.6. Postventa y fidelización de los clientes.	R.A. 7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.	a) Se diferencian los distintos tipos de servicio postventa. b) Se valora la importancia del servicio postventa en un ser- vicio de calidad. c) Describir los distintos niveles que componen la prestación de un servicio postventa. d) Medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado. e) Reconocer y aplicar los procedimientos de evaluación y control de la calidad del servicio postventa. f) Localizar anomalías e incidencias en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. g) Solucionar

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

			<p>las anomalías e incidencias, mejorando la calidad del servicio postventa.</p> <p>h) Se valora la utilidad de un CRM como instrumento de gestión postventa.</p> <p>i) Valorar la importancia de contar con clientes fieles para el futuro de la organización.</p> <p>j) Describir y aplicar las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes.</p>
--	--	--	---

4. METODOLOGÍA

4.1. ASPECTOS ORGANIZATIVOS: TIEMPOS, ESPACIOS, RECURSOS Y MATERIALES.

4.1.1 Tiempos.

Durante el presente curso, en el que la enseñanza del ciclo formativo será semipresencial, se impartirán semanalmente 5 sesiones:

Martes: 2 horas online a través de Google Meet.

Jueves: 2 horas presenciales.

Viernes: 1 hora online.

Durante la clase, la profesora desarrolla las capacidades del alumnado en cuanto a conocimientos científicos, pedagógicos, didácticos, metodológicos y en cuanto a sus relaciones sociales con el fin lograr aprendizajes y conocimientos.

Después de la clase, el alumnado afianza sus conocimientos por medio del repaso, el estudio y la discusión grupal; ello requiere de apuntes en el cuaderno, textos guías de estudio y de otras fuentes de conocimiento recomendadas por la profesora.

Los estudiantes, para alcanzar altos niveles de conocimiento y una formación competente, tienen que esforzarse en: asistir regularmente a clase, atender permanente durante la clase, tomar apuntes, revisión y estudio inmediato de la clase.

4.1.2 Espacios.

Los espacios y equipamientos mínimos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son:

ESPACIO FORMATIVO
Aula Polivalente
Aula Informática
Clases online (Google Meet)

4.1.3 Recursos materiales.

Dentro de la amplia gama de los recursos didácticos destacan tres grandes grupos.

- a) Recursos impresos.
- b) Recursos audiovisuales.
- c) Recursos informáticos.

a) Los **recursos impresos**: hacen referencia a una gran diversidad de recursos didácticos que provienen de la imprenta. Propongo los siguientes:

- La biblioteca del aula, del centro y de la propia localidad.
- Prensa especializada en la materia.
- Apuntes de la profesora.
- Libros de consulta (Comunicación y atención al cliente, McGraw Hill; etc.).

b) **Recursos audiovisuales:** se pueden definir como aquellos que se sirven de diversas técnicas de captación y difusión de la imagen y el sonido, aplicadas a la enseñanza y al aprendizaje de los alumnos/as.

Entre los tipos de material audiovisual que se pueden utilizar en el proceso de enseñanza-aprendizaje, propongo los siguientes:

- Video y televisión. Demostraciones técnicas.
- Películas
 - The Draft Day (Decisión final)
 - The Human Resources Manager

c) **Recursos informáticos:** Podemos afirmar que disponemos, aunque limitadamente, de recursos que, dentro de nuestras posibilidades utilizaremos, como son:

- Equipos informáticos.
- Pizarra.
- Cañón proyector.
- Google Meet y Classroom.
- Empleo de Internet y de programas específicos adecuados a los contenidos.
- Cd's y pendrive para uso de los alumnos/as.

Todos estos recursos los emplearé tratando de dinamizar el espacio y los tiempos de forma que favorezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Es muy interesante la aplicación cmaps para la realización de mapas conceptuales.

Simuladores:

<http://recursostic.educacion.es/fprofesional/simuladores/web/>

5. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD EN MI PRÁCTICA DOCENTE

En cuanto a las actuaciones que llevaremos a cabo con los distintos tipos de **alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo:**

a) **Alumnado Extranjero.** En este grupo hay una alumna con dificultades para comprender y comunicarse en castellano. Se actuará sobre los siguientes aspectos:

- Socialización e integración del alumnado en el grupo.
- Conocimiento y desarrollo del lenguaje.

- Se le entregará al alumno/a los materiales con antelación a través de la plataforma de Classroom.
- Si fuera necesario se permitirá la utilización de un traductor o diccionario en las pruebas evaluables.
- Se fomentará que el alumno/a realice un glosario con los términos más comunes de los diferentes módulos.

b) Alumnado con necesidades informáticas: Se han detectado dos alumnas con necesidades informáticas y se está gestionando la entrega de un ordenador portátil en condición de préstamo.

c) Alumnado en confinamiento:

- El alumno/a que no pueda asistir presencialmente por prescripción médica debido a patologías que puedan poner en riesgo su salud relacionadas con la COVID-19 o se encuentre en confinamiento sin padecer la enfermedad, se atenderá mediante la enseñanza online simultánea o sincrónica, siendo obligatoria la asistencia a clase desde la plataforma meet.
- El alumno/a que no pueda asistir presencialmente por padecer la COVID-19, será atendido mediante la enseñanza online simultánea o sincrónica, NO siendo obligatoria la asistencia a clase desde la plataforma meet.
- En caso de que todo el grupo clase se encuentre confinado, se atenderá mediante la formación online.

6. EVALUACIÓN

6.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Para cada resultado de aprendizaje se han establecido los siguientes criterios de evaluación:

1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.

b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.

c) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.

d) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.

e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.

f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.

g) 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.

h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de

cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.

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

j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.

2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.

b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.

c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.

d) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.

e) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.

f) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.

g) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.

h) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.

i) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.

j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

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

a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.

b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.

c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.

d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.

e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.

f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.

g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.

h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.

i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.

j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).

k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.

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

a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los 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 ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.

d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.

e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.

f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.

g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.

h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.

j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.

k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.

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

a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario 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 ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.

d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del

cliente/usuario.

- e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.

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

- a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
- b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
- f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.
- g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.
- j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.

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

- a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.
- b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.
- c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.
- d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.
- e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.
- f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.
- g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.
- j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

6.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Para obtener la calificación de las evaluaciones parciales de este módulo profesional, se procederá a sumar las calificaciones de los resultados de aprendizaje alcanzados durante el trimestre:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE	PONDERACIÓN
1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	12,5%
2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	20%
3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	20%
4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.	12,5%
5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.	10%
6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.	12,5%
7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.	12,5%

La calificación de los resultados de aprendizaje se obtendrá de la media de las calificaciones obtenidas en los criterios de evaluación asociados a los mismos.

Para obtener la calificación final del módulo profesional, se sumarán las calificaciones obtenidas de las ponderaciones de los distintos resultados de aprendizaje alcanzados durante el curso.

Se considerará **aprobado**, el módulo profesional, cuando la **calificación final** alcance una puntuación de **5** puntos sobre 10.

Los registros diarios y las calificaciones se recogerán, respectivamente, en el cuaderno del profesor, y en un calificador donde aparecerán reflejadas todas las variables a evaluar y sus correspondientes puntuaciones.

Constituirá un elemento más en la evaluación del alumnado, la observación de su comportamiento y participación en clase.

6.3. PROCESOS DE MEJORA Y 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 alumnado.

Procesos de mejora:

El alumnado que haya logrado una calificación positiva en las evaluaciones parciales realizadas durante el curso y quiera mejorar su nota en las mismas, podrá ejercer esta opción presentándose a una prueba tras la finalización del trimestre respectivo.

Procesos de recuperación:

Debemos establecer una serie de instrumentos que permitan al alumnado que no haya alcanzado una evaluación positiva poder recuperarla:

- Actividades de repaso, **de los conceptos y procedimientos dados en clase, de manera que los alumnos deban volver sobre los contenidos no superados.**
- Elaboración de mapas conceptuales y esquemas **de la materia no aprobada, que le ayuden a sintetizar la información y permitan un aprendizaje significativo.**
- Realización de casos prácticos extra, **que les permitan aplicar los contenidos a supuestos semejantes a la realidad.**
- Exámenes de recuperación: **se realizarán tras cada evaluación parcial respectiva.**