

# **Comunicación y Atención al Cliente**

**Grupo;1ºAF**

**Profesora: Pilar Navarro Alcántara**

1. Introducción
2. Objetivos generales del módulo
3. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación
4. Contenidos básicos
5. Programación básica
6. Recursos metodológicos
7. Recursos materiales
8. Evaluación

## 1. Introducción

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, regula la **formación profesional del sistema educativo** y la define como un conjunto de ciclos formativos de grado medio y superior, que tienen como finalidad preparar a los alumnos para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que puedan producirse a lo largo su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de la ciudadanía democrática.

En este marco se encuadra el ciclo formativo de grado superior de Administración y Finanzas, perteneciente a la familia profesional de Administración y Gestión, cuya competencia general consiste en:

"Organizar y ejecutar las operaciones de gestión y administración en los procesos comerciales, laborales, contables, fiscales y financieros de una empresa pública o privada, aplicando la normativa vigente y los protocolos de gestión de calidad, gestionando la información, asegurando la satisfacción del cliente y/o usuario y actuando según las normas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental".

Entre las unidades de competencia de la cualificación profesional exigible a este técnico, queremos destacar las siguientes:

- UC0982\_3: Administrar y gestionar con autonomía las comunicaciones de la dirección.

Por lo que, en su diseño, se ha fijado como uno de los módulos para cursar el de "Comunicación y Atención al Cliente".

En este proyecto curricular se describen los objetivos generales del módulo, los resultados de aprendizaje con sus respectivos criterios de evaluación, se propone una secuenciación y temporalización de los contenidos y se ofrece una serie de orientaciones en cuanto a metodología y evaluación.

## **2. Objetivos generales del módulo**

La formación de módulo contribuye a alcanzar los siguientes objetivos generales del ciclo formativo:

- Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.
- Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- Identificar y seleccionar las expresiones de lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.
- 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.
- Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial.
- Organizar las tareas administrativas de las áreas funcionales de la empresa para proponer líneas de actuación y mejora.
- Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- 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.

## *Comunicación y Atención al cliente*

La formación de módulo también contribuye a alcanzar las siguientes competencias profesionales, personales y sociales:

- Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas, información obtenida y/o necesidades detectadas.
- Detectar necesidades administrativas o de gestión de la empresa de diversos tipos, a partir del análisis de la información disponible y del entorno.
- Proponer líneas de actuación encaminadas a mejorar la eficiencia de los procesos administrativos en los que interviene.
- Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

El texto se ajusta a las disposiciones en vigor permitiendo dotar al futuro profesional de la autonomía necesaria para desarrollar lo establecido en las competencias a las que se asocia el módulo. Por tanto, los **resultados de aprendizaje** que se deben lograr son:

1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.
2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.
3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.
4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.

## *Comunicación y Atención al cliente*

5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.
6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.
7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.

### 3. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.</li><li>b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.</li><li>c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.</li><li>d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.</li><li>e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.</li><li>f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.</li><li>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.</li><li>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.</li><li>i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.</li><li>j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.</li></ul>

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
<p>2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.</li> <li>b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.</li> <li>c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.</li> <li>d) 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.</li> <li>e) 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.</li> <li>f) 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.</li> <li>g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.</li> <li>h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.</li> <li>i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.</li> <li>j) Se han comprobado los</li> </ul>
<p>3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.</li> <li>b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.</li> <li>c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.</li> <li>d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.</li> <li>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.</li> <li>f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.</li> <li>g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.</li> <li>h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.</li> <li>i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.</li> <li>j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).</li> <li>k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.</li> </ul>

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
<p>4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.</li> <li>c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.</li> <li>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.</li> <li>e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.</li> <li>f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.</li> <li>g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.</li> <li>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).</li> <li>i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.</li> <li>j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.</li> <li>k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.</li> </ul>
<p>5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</li> <li>c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.</li> <li>d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.</li> <li>e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</li> <li>f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</li> <li>g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.</li> </ul>

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
<p>6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</li> <li>b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</li> <li>c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</li> <li>d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</li> <li>e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.</li> <li>f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.</li> <li>g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</li> <li>h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</li> <li>i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.</li> <li>j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.</li> </ul>
<p>7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.</li> <li>b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.</li> <li>c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.</li> <li>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.</li> <li>e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.</li> <li>f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.</li> <li>g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</li> <li>h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</li> <li>i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.</li> <li>j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</li> </ul>

## **4. Contenidos básicos**

### **1. Técnicas de comunicación institucional y promocional:**

- 1.1. Las organizaciones empresariales.
- 1.2. Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos.
- 1.3. Tipología de las organizaciones. Organigramas.
- 1.4. Dirección en la empresa.
- 1.5. Procesos y sistemas de información en las organizaciones.
- 1.6. Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.
- 1.7. Elementos y barreras de la comunicación.
- 1.8. Comunicación e información y comportamiento.
- 1.9. Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- 1.10. La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- 1.11. La comunicación externa en la empresa.
- 1.12. Calidad del servicio y atención de demandas.
- 1.13. La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

### **2. Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:**

- 2.1. Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.
- 2.2. Principios básicos en las comunicaciones orales.
- 2.3. Técnicas de comunicación oral.
- 2.4. Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.
- 2.5. Formas de comunicación oral.
- 2.6. Barreras de la comunicación verbal y no verbal.
- 2.7. Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.
- 2.8. Utilización de técnicas de imagen personal.
- 2.9. Comunicaciones en la recepción de visitas.
- 2.10. Realización de entrevistas.
- 2.11. Realización de presentaciones.
- 2.12. La comunicación telefónica.
- 2.13. Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas.
- 2.14. La cortesía en las comunicaciones telefónicas.

- 2.15. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.
- 2.16. Preparación y realización de llamadas.
- 2.17. Identificación de los interlocutores.
- 2.18. Tratamiento de distintas categorías de llamadas.
- 2.19. La centralita.
- 2.20. Uso del listín telefónico.
- 2.21. La videoconferencia.

**3. Elaboración de documentos profesionales escritos:**

- 3.1. La comunicación escrita en la empresa.
- 3.2. Estilos de redacción.
- 3.3. Siglas y abreviaturas.
- 3.4. Herramientas para la corrección de textos.
- 3.5. Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional.
- 3.6. Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.
- 3.7. Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”.
- 3.8. Técnicas de comunicación escrita.
- 3.9. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.

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

- 4.1. La recepción, envío y registro de la correspondencia.
- 4.2. Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- 4.3. Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- 4.4. Clasificación y ordenación de documentos.
- 4.5. Técnicas de archivo: naturaleza. Finalidad del archivo.
- 4.6. Archivo de documentos.
- 4.7. Sistemas de archivo.
- 4.8. Clasificación de la información.
- 4.9. Centralización o descentralización del archivo.
- 4.10. El proceso de archivo.
- 4.11. Custodia y protección del archivo.
- 4.12. Las bases de datos para el tratamiento de la información.

4.13. El correo electrónico.

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

5.1. El cliente.

5.2. La atención al cliente en la empresa/organización.

5.3. El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa.

5.4. Documentación implicada en la atención al cliente.

5.5. Sistemas de información y bases de datos.

5.6. Relaciones públicas.

5.7. Canales de comunicación con el cliente.

5.8. Procedimientos de obtención y recogida de información.

5.9. Técnicas de atención al cliente: dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.

**6. Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:**

6.1. La protección del consumidor y/o usuario.

6.2. El rol del consumidor y/o usuario.

6.3. Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios.

6.4. La defensa del consumidor.

6.5. Instituciones y organismos de protección al consumidor.

6.6. Reclamaciones y denuncias.

6.7. Mediación y arbitraje: concepto y características.

6.8. Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.

**7. Organización del servicio posventa:**

7.1. El valor de un producto o servicio para el cliente.

7.2. Actividades posteriores a la venta.

7.3. El proceso posventa y su relación con otros procesos.

7.4. Tipos de servicio posventa.

7.5. La gestión de la calidad en el proceso del servicio posventa.

7.6. Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa.

7.7. Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad.

## 5. Programación básica

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
<p><b>1. La organización empresarial. (8 horas)</b></p>	<p><b>1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.</b></p>	<p>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 ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.                      d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.</p>	<p><b>1. Técnicas de comunicación institucional y promocional:</b></p> <p>1.1. Las organizaciones empresariales.                      1.2. Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos.                      1.3. Tipología de las organizaciones. Organigramas.                      1.4. Dirección en la empresa.                      1.5. Procesos y sistemas de información en las organizaciones.                      1.6. Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.</p>
<p><b>2. Aspectos generales para entender la comunicación. (7 horas)</b></p>	<p><b>2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</b></p>	<p>a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.                      f) 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.                      g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.                      h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.                      i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.                      j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.</p>	<p><b>2. Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:</b></p> <p>2.1. Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.</p>

<p><b>3. La comunicación oral en la empresa (19 horas)</b></p>	<p><b>2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</b></p>	<p>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 no presenciales.                  d) 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.                  e) 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.                  f) 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.                  g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.                  i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.                  j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.</p>	<p><b>2. Las comunicaciones orales presenciales:</b>                  2.1. Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.                  2.2. Principios básicos en las comunicaciones orales.                  2.3. Técnicas de comunicación oral.                  2.4. Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.                  2.5. Formas de comunicación oral.                  2.6. Barreras de la comunicación verbal y no verbal.                  2.7. Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.                  2.8. Utilización de técnicas de imagen personal.                  2.9. Comunicaciones en la recepción de visitas.                  2.10. Realización de entrevistas.                  2.11. Realización de presentaciones.  <b>3. Las comunicaciones orales no presenciales:</b>                  3.1. La comunicación telefónica.                  3.2. Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas.                  3.3. La cortesía en las comunicaciones telefónicas.                  3.4. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.                  3.5. Preparación y realización de llamadas.                  3.6. Identificación de los interlocutores.                  3.7. Tratamiento de distintas categorías de llamadas.                  3.8. La centralita.                  3.9. Uso del listín telefónico.                  3.10. La videoconferencia.</p>
--	--	--	---

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
<p><b>4. La comunicación escrita en la empresa. (10 horas)</b></p>	<p><b>3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.</b></p>	<p>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.                      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.</p>	<p>3. Elaboración de documentos profesionales escritos:</p> <p>3.1. La comunicación escrita en la empresa.                      3.2. Estilos de redacción.                      3.3. Siglas y abreviaturas.                      3.4. Herramientas para la corrección de textos.                      3.5. Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional.                      3.6. Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.                      3.8. Técnicas de comunicación escrita.                      3.9. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.</p>
<p><b>5. Documentos escritos en la comunicación empresarial. (12 horas)</b></p>	<p><b>3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.</b></p>	<p>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                      f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.                      k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.</p>	<p>3. Elaboración de documentos profesionales escritos:</p> <p>3.1. La comunicación escrita en la empresa.                      3.2. Estilos de redacción.                      3.3. Siglas y abreviaturas.                      3.4. Herramientas para la corrección de textos.                      3.5. Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional.                      3.6. Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.                      3.8. Técnicas de comunicación escrita.                      3.9. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.</p>
<p><b>6. Comunicación empresarial e imagen corporativa (16 horas)</b></p>	<p><b>1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.</b></p>	<p>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.</p>	<p><b>1. Técnicas de comunicación institucional y promocional:</b></p> <p>1.7. Elementos y barreras de la comunicación.                      1.8. Comunicación e información y comportamiento.                      1.9. Las relaciones humanas y laborales en la empresa.                      1.10. La comunicación interna en la empresa:</p>

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
		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.	comunicación formal e informal. 1.11. La comunicación externa en la empresa. 1.12. Calidad del servicio y atención de demandas. 1.13. La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.
<b>6. Comunicación empresarial e imagen corporativa (16 horas)</b>	<b>3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.</b>	g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.	3.7. Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”.
<b>7. Técnicas de comunicación en la atención al cliente. (10 horas)</b>	<b>5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.</b>	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.	<b>5. Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:</b> 5.1 El cliente. 5.2 La atención al cliente en la empresa/organización. 5.3 El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa. 5.4 Documentación implicada en la atención al cliente. 5.5 Sistemas de información y bases de datos. 5.6 Relaciones públicas. 5.7 Canales de comunicación con el cliente. 5.8 Procedimientos de obtención y recogida de información.
<b>8. Servicio posventa. Gestión de consultas, quejas y reclamaciones (17 horas)</b>	<b>6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.</b>	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.	<b>6. Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:</b> 6.1. La protección del consumidor y/o usuario. 6.2. El rol del consumidor y/o usuario. 6.3. Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios. 6.4. La defensa del consumidor. 6.5. Instituciones y organismos de protección al consumidor. 6.6. Reclamaciones y denuncias.

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
		<p>g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</p> <p>h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.</p>	<p>6.7. Mediación y arbitraje: concepto y características.</p> <p>6.8. Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.</p>
<p><b>8. Servicio posventa. Gestión de consultas, quejas y reclamaciones (17 horas)</b></p>	<p><b>5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.</b></p>	<p>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.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.</p> <p>e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</p> <p>g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.</p>	<p><b>5. Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:</b></p> <p>5.4 Documentación implicada en la atención al cliente.</p> <p>5.5 Sistemas de información y bases de datos.</p> <p>5.6 Relaciones públicas.</p> <p>5.7 Canales de comunicación con el cliente.</p> <p>5.8 Procedimientos de obtención y recogida de información.</p> <p>5.9 Técnicas de atención al cliente: dificultades y bar comunicación con clientes/usuarios.</p>
	<p><b>7. Organiza el servicio posventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.</b></p>	<p>a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.</p> <p>b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.</p> <p>c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.</p> <p>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.</p> <p>e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.</p> <p>f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.</p> <p>g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p> <p>h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</p> <p>i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.</p> <p>j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</p>	<p><b>7. Organización del servicio posventa:</b></p> <p>7.1 El valor de un producto o servicio para el cliente.</p> <p>7.2 Actividades posteriores a la venta.</p> <p>7.3 El proceso posventa y su relación con otros procesos.</p> <p>7.4 Tipos de servicio posventa.</p> <p>7.5 La gestión de la calidad en el proceso del servicio posventa.</p> <p>7.6 Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa.</p> <p>7.7 Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad.</p>
<p><b>9. Archivo, registro y recuperación de la información (11 horas)</b></p>	<p><b>4 Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.</b></p>	<p>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.</p> <p>b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.</p> <p>c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.</p> <p>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.</p> <p>e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia</p>	<p><b>4. Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información:</b></p> <p>4.1. La recepción, envío y registro de la correspondencia.</p> <p>4.2. Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.</p> <p>4.3. Procedimientos de seguridad y</p>

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
		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.	confidencialidad de la información. 4.4. Clasificación y ordenación de documentos. 4.5. Técnicas de archivo: naturaleza. Finalidad del archivo. 4.6. Archivo de documentos. 4.7. Sistemas de archivo. 4.8. Clasificación de la información. 4.9. Centralización o descentralización del archivo. 4.10.El proceso de archivo. 4.11.Custodia y protección del archivo.
<b>Proyecto final (5 horas)</b>	<b>1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.</b>	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 ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad. d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan. 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.	<b>1. Técnicas de comunicación institucional y promocional:</b> 1.1. Las organizaciones empresariales. 1.2. Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos. 1.3. Tipología de las organizaciones. Organigramas. 1.4. Dirección en la empresa. 1.5. Procesos y sistemas de información en las organizaciones. 1.6. Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales. 1.7. Elementos y barreras de la comunicación. 1.8. Comunicación e información y comportamiento. 1.9. Las relaciones humanas y laborales en la empresa. 1.10. La comunicación interna en la empresa: comunicación <b>formal e informal</b> .

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
	<p><b>2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</b></p>	<p>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 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.                      e) 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.                      f) 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.                      g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.                      h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.                      i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.                      j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.</p>	<p>1.11. La comunicación externa en la empresa.                      1.12. Calidad del servicio y atención de demandas.                      1.13. La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.  <b>2. Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:</b>                      2.1. Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.                      2.2. Principios básicos en las comunicaciones orales.                      2.3. Técnicas de comunicación oral.                      2.4. Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.                      2.5. Formas de comunicación oral.                      2.6. Barreras de la comunicación verbal y no verbal.                      2.7. Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.</p>
	<p><b>3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.</b></p>	<p>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</p>	<p>2.8. Utilización de técnicas de imagen personal.                      2.9. Comunicaciones en la recepción de visitas.                      2.10. Realización de entrevistas.                      2.11. Realización de presentaciones.                      2.12. La comunicación telefónica.                      2.13. Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas.                      2.14. La cortesía en las comunicaciones telefónicas.                      2.15. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.                      2.16. Preparación y realización de llamadas.                      2.17. Identificación de los interlocutores.                      2.18. Tratamiento de distintas categorías de llamadas.                      2.19. La centralita.</p>

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
		reciclar). k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.	2.20. Uso del listín telefónico. 2.21. La videoconferencia.
	<b>4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.</b>	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.	<b>3. Elaboración de documentos profesionales escritos:</b> <b>3.1.</b> La comunicación escrita en la empresa. <b>3.2.</b> Estilos de redacción. <b>3.3.</b> Siglas y abreviaturas. <b>3.4.</b> Herramientas para la corrección de textos. <b>3.5.</b> Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional. <b>3.6.</b> Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos. <b>3.7.</b> Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”. <b>3.8.</b> Técnicas de comunicación escrita. <b>3.9.</b> Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos. <b>4. Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información:</b> <b>4.1.</b> La recepción, envío y registro de la correspondencia. <b>4.2.</b> Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería. <b>4.3.</b> Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información. <b>4.4.</b> Clasificación y ordenación de documentos. <b>4.5.</b> Técnicas de archivo: naturaleza. Finalidad del archivo.

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
	<p><b>5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.</b></p>	<p>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.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.</p> <p>d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.</p> <p>e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</p> <p>f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p> <p>g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.</p>	<p>4.6. Archivo de documentos.</p> <p>4.7. Sistemas de archivo.</p> <p>4.8. Clasificación de la información.</p> <p>4.9. Centralización o descentralización del archivo.</p> <p>4.10. El proceso de archivo.</p> <p>4.11. Custodia y protección del archivo.</p> <p>4.12. Las bases de datos para el tratamiento de la información.</p> <p>4.13. El correo electrónico.</p> <p><b>5. Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:</b></p> <p><b>5.1.</b> El cliente.</p> <p>5.2. La atención al cliente en la empresa/organización.</p> <p>5.3. El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa.</p> <p>5.4. Documentación implicada en la atención al cliente.</p> <p>5.5. Sistemas de información y bases de datos.</p> <p>5.6. Relaciones públicas.</p> <p>5.7. Canales de comunicación con el cliente.</p> <p>5.8. Procedimientos de obtención y recogida de información.</p> <p>5.9. Técnicas de atención al cliente: dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.</p> <p><b>6. Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:</b></p> <p><b>6.1.</b> La protección del consumidor y/o usuario.</p>
	<p><b>6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.</b></p>	<p>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</p> <p>c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</p> <p>d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</p> <p>e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.</p> <p>f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.</p> <p>g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</p> <p>h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.</p>	

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
	<p><b>7. Organiza el servicio posventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.</b></p>	<p>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.</p>	<p>6.2. El rol del consumidor y/o usuario.                      6.3. Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios.                      6.4. La defensa del consumidor.                      6.5. Instituciones y organismos de protección al consumidor.                      6.6. Reclamaciones y denuncias.                      6.7. Mediación y arbitraje: concepto y características.                      6.8. Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.  <b>7. Organización del servicio posventa:</b>                      7.1. El valor de un producto o servicio para el cliente.                      7.2. Actividades posteriores a la venta.                      7.3. El proceso posventa y su relación con otros procesos.                      7.4. Tipos de servicio posventa.                      7.5. La gestión de la calidad en el proceso del servicio posventa.                      7.6. Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa.                      7.7. Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad.</p>

Nota: La secuenciación de contenidos propuesta en esta programación básica está basada en las 115 horas que establece el 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.

## 6. Recursos metodológicos

### Principios

Entendemos el aprendizaje como un proceso, dentro de la concepción constructivista y del aprendizaje significativo. En este sentido, planteamos como principios metodológicos los siguientes:

- Se deberá partir de las capacidades actuales del alumno, evitando trabajar por encima de su desarrollo potencial.
- El alumno deberá ser el protagonista y el artífice de su propio aprendizaje. Se tratará de favorecer el aprendizaje significativo y se promoverá el desarrollo de la capacidad de “aprender a aprender”, intentando que el alumno adquiera procedimientos, estrategias y destrezas que favorezcan un aprendizaje significativo en el momento actual y que además le permitan la adquisición de nuevos conocimientos en el futuro.
- Se propiciará una visión integradora y basada en la **interdisciplinariedad**, donde los contenidos se presentarán con una estructura clara, planteando las interrelaciones entre los distintos contenidos del mismo módulo y entre los de este con los de otros módulos.
- Ya que el aprendizaje requiere esfuerzo y energía, deberemos procurar que el alumno encuentre atractivo e interesante lo que se le propone. Para ello, hemos de intentar que reconozca el sentido y la funcionalidad de lo que aprende. Procuraremos potenciar la **motivación intrínseca** (gusto por la materia en sí misma porque las actividades que proponemos susciten su interés), acercando las situaciones de aprendizaje a sus inquietudes y necesidades y al grado de desarrollo de sus capacidades.

### Estrategias y técnicas

Todo lo anterior se concreta a través de las estrategias y técnicas didácticas que apuntarán al tipo de actividades que se desarrollarán en el aula, así como al modo de organizarlas o secuenciarlas.

La metodología aplicada deberá ser activa, de manera que el alumno no sea únicamente receptor pasivo, sino que observe, reflexione, participe, investigue, construya, etc. En este sentido, propiciaremos a través de las actividades el análisis y la elaboración de conclusiones respecto al trabajo que se está realizando.

Entre la gran diversidad de estrategias y técnicas didácticas que existen destacamos las siguientes:

- Se partirá de los conocimientos previos del alumno, formales o no, para construir el conocimiento la materia.
- La simulación será una herramienta de gran utilidad.
- Se promoverá el trabajo en equipo, buscando favorecer la cooperación y el desarrollo de la responsabilidad en los alumnos.
- Las actividades formativas tendrán como objetivo la funcionalidad y la globalización de los contenidos.
- Se tratará el error como fuente de aprendizaje, teniendo en cuenta que a partir del reconocimiento, análisis y corrección de este se puede mejorar.

**Técnicas para identificación de conocimientos previos:**

- Cuestionarios escritos.
- Diálogos.

**Técnicas para la adquisición de nuevos contenidos:**

- Exposición-presentación de cada una de las unidades.
- Exploraciones bibliográficas y normativas.
- Discusión en pequeño/gran grupo.
- Resolución de actividades y casos prácticos.
- Exposición de los trabajos realizados.
- Utilización de las nuevas tecnologías de la información.

**Tipología de las actividades**

En cada una de las unidades de trabajo se proponen sucesivamente actividades de comprensión, análisis, relación, consolidación y aplicación. Para su secuenciación se ha respetado el orden de exposición de los contenidos y se ha tenido en cuenta el grado de dificultad. Todas ellas se pueden resolver exclusivamente con los contenidos del libro.

## **7. Recursos materiales**

En el tratamiento didáctico de este módulo se deberán utilizar recursos materiales impresos, audiovisuales e informáticos.

### **Para el profesor:**

- Presentaciones multimedia de cada una de las unidades.
- Solucionario de las actividades del libro con sugerencias didácticas para cada unidad.
- Programaciones de aula.
- Proyecto curricular.

### **Otros recursos:**

- El equipamiento normal de una de las aulas asignadas al ciclo.
- Libros especializados sobre los diferentes temas a que hace referencia el módulo.
- Equipos informáticos conectados a internet.
- Aplicaciones informáticas de propósito general.
- Aplicaciones informáticas específicas para el módulo.
- Material de oficina (escritura, archivo, reproducción de documentos, etc.).
- Publicaciones periódicas de contenido general y de contenido especializado.

## 8. Evaluación

### Principios

La evaluación de este módulo y de sus componentes formativos se realizará a lo largo de todo el proceso de aprendizaje, siguiendo tres fases:

1. Evaluación inicial, al comienzo de cada unidad, para preparar la situación de partida, ajustando los diseños en función de las necesidades. Para llevar a cabo esta tarea haremos uso de la observación a través de diálogos y entrevistas.
2. Evaluación procesual con intención formativa, que se llevará a cabo durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Supondrá recoger datos y llevar un seguimiento continuo de las actividades de los alumnos. Se evaluarán procedimientos, conceptos y actitudes.
3. Evaluación final con intención sumativa, al final del proceso, analizando las desviaciones entre los objetivos programados y los resultados obtenidos e intentando buscar solución a los problemas surgidos.

### Técnicas

- Pruebas orales y escritas: cuestionarios, resolución de problemas y supuestos prácticos, etc.
- Observación directa e indirecta: cuadernos de clase, trabajos individuales o en grupo, debates, etc.

### Instrumentos

- Cuaderno del profesor.
- Listas de control.
- Escalas de observación.

### Indicadores

- Participación en las actividades realizadas en el aula.
- Asistencia y puntualidad.
- Respeto hacia los compañeros y profesores.
- Valoración de sus propios aprendizajes.
- Desarrollo de la capacidad de análisis y el sentido crítico.

## 9. PROCEDIMIENTO PARA LA PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA

### Apercibimiento:

- Cuando el número de faltas haya superado un 10% de las horas totales de una asignatura, el profesor comunicará al tutor la situación.
- El tutor comunicará al alumno/a y a los padres de éste (si es menor de edad) la información recibida del profesor, indicándole las consecuencias que puede conllevar la actitud absentista.

**Pérdida de Evaluación:**

- Si el número de faltas de un alumno/a supera el 20% de las horas totales de la asignatura, el profesor podrá tramitar la documentación para iniciar el proceso que dará lugar a la pérdida de evaluación continua en dicha materia.
- Se informará por escrito al tutor, al alumno/a y a los padres (si es menor de edad) del número de faltas de asistencia y las fechas en las que tuvieron lugar. Dicho documento será entregado en la Secretaría del Instituto.
- La Secretaría del Centro entregará al alumno/a o a los padres de éste copia del documento de pérdida de evaluación continua, que será adjuntado al expediente.

**Consecuencias:**

Para superar el módulo en cuestión el alumno tendrá derecho a ser evaluado en la evaluación final que tendrá lugar en el mes de junio. El alumno/a podrá seguir asistiendo a las clases.