

	PROGRAMACIÓN			CURSO	2017-2018	
	Departamento		Administración y Gestión			
	Ciclo		Gestión Administrativa			
	Grupo		1ADG301			
	Módulo		Comunicación y atención al cliente (0651)			
	Fecha:		02/10/2017	Versión:	COMPLETA	
					RESUMIDA	X
CÓDIGO	F-09-02	Versión 0	FECHA REVISIÓN: 01/07/2015		pág.: 1/16	

ÍNDICE

1. OBJETIVOS.....	2
2. ORGANIZACIÓN, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.....	3
2.1 CONTENIDOS:	3
2.2 DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.....	5
4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN.	5
4.1. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN.	5
4.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.	5
5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES.....	8
6. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	15
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	16

Módulo Profesional: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Grado Superior.

Código: 0651

Duración: 160 horas

Esta programación corresponde al módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente, módulo que se imparte en el primer curso del ciclo de Grado Superior de Gestión Administrativa

El contenido y estructura de esta programación didáctica se ha elaborado teniendo en cuenta la siguiente legislación:

- Orden de 2 de mayo de 2013, por la que se establece el currículo del título de Técnico Superior en Administración y Finanzas para la Comunidad Autónoma de Aragón
- Artículo 20.5 de la Orden de 29 de mayo de 2008 por la que se establece la estructura básica de los currículos de los ciclos formativos de formación profesional y su aplicación en la Comunidad Autónoma de Aragón.
- Orden 29 de mayo de 2008, por la que se establece la estructura básica de los currículos de los ciclos formativos de formación profesional y su aplicación en la Comunidad Autónoma de Aragón (BOA 4 de junio de 2008)

1. OBJETIVOS.

Los objetivos del módulo son conseguir en el alumnado las siguientes capacidades terminales:

- 1) Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.
- 2) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- 3) Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial.
- 4) Organizar las tareas administrativas de las áreas funcionales de la empresa para proponer líneas de actuación y mejora.
- 5) Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.
- 6) Reconocer la interrelación entre las áreas comercial, financiera, contable y fiscal para gestionar los procesos de gestión empresarial de forma integrada.
- 7) 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.
- 8) 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.
- 9) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- 10) 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.

2. ORGANIZACIÓN, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.

2.1 CONTENIDOS:

UD 0. EVALUACIÓN INICIAL.

UD 1. LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES.

- 1) La empresa como organización.
- 2) Tipos de organizaciones empresariales.
- 3) Funciones de la organización: planificación, dirección, organización y control.
- 4) Departamentos en la empresa. Los organigramas.
- 5) La toma de decisiones.
- 6) Identidad e imagen corporativa.

UD 2. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN.

- 1) Elementos que intervienen en el proceso de comunicación.
- 2) Barreras de la comunicación.
- 3) Soluciones a las barreras de la comunicación.
- 4) Diferencias entre comunicación e información.

UD 3. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA.

- 1) La comunicación en la empresa. Tipos.
- 2) La comunicación interna.
- 3) La comunicación externa.
- 4) La comunicación de crisis.
- 5) Redes de comunicación.
- 6) La comunicación como generadora de comportamientos.

UD 4. LA COMUNICACIÓN NO VEBAL.

- 1) La comunicación no verbal.
- 2) Factores asociados al lenguaje no verbal.
- 3) Funciones de la comunicación no verbal.

UD 5. LA COMUNICACIÓN ORAL.

- 1) La expresión oral.
- 2) Escuchar para comunicarnos mejor.

UD 6. LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA.

- 1) La comunicación telefónica.
- 2) Medios y equipos telefónicos.
- 3) Servicios suplementarios que ofrecen los equipos de telefonía.
- 4) Reglas para una buena comunicación telefónica.
- 5) El telemarketing.
- 6) Directorios telefónicos. *
- 7) Videoconferencia. *

UD 7. LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA.

- 1) La comunicación escrita.
- 2) Producir o reproducir documentos.
- 3) Modelos de documentos escritos en la empresa.
- 4) El correo electrónico. La netiqueta.
- 5) Protección de datos. *

UD 8. EL DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

- 1) El departamento de atención al cliente. La atención al cliente.
- 2) Fases en el proceso de atención al cliente.
- 3) La protección del consumidor y usuario. *
- 4) El rol del consumidor y/o usuario. *
- 5) Derechos y deberes de los consumidores y usuarios. *
- 6) La defensa del consumidor. *
- 7) Instituciones y organismos de protección al consumidor. *
- 8) Procedimientos de resolución de quejas y reclamaciones.
- 9) Mediación y arbitraje. *
- 10) Aplicación de la normativa en la resolución de quejas y reclamaciones.

UD 9. EL SERVICIO DE POSVENTA.

- 1) El servicio de posventa.
- 2) Relación del servicio posventa con otros procesos dentro de la empresa.
- 3) Gestión de la calidad y servicio posventa.
- 4) Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad.
- 5) Estructuración del servicio posventa.
- 6) Herramientas de gestión de un servicio posventa.

UD 10. EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

- 1) Tratamiento de la información.
- 2) El archivo.
- 3) Soportes de archivo.

Observaciones:

Se han añadido varios epígrafes en diferentes unidades del libro, puesto que faltan algunos de los contenidos publicados en la *Orden de 2 de mayo de 2013 por la que se establece el currículo del título de Técnico Superior en Administración y Finanzas para la Comunidad Autónoma de Aragón*. Dichos epígrafes aparecen con un asterisco.

2.2 DISTRIBUCIÓN TEMPORAL

En el curso se disponen de 165 horas superiores en 5 horas a las recogidas en la legislación (160). Se dispondrán de la siguiente forma:

EVALUACIÓN	Horas	%	Acumulado
1ª EVALUACIÓN			
UD0. PRESENTACIÓN	1	0,61%	0,61
UD 1.LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES.	15	9,09%	9,70%
UD 2.EL PROCESO DE COMUNICACIÓN.	13	7,88%	17,58%
UD.3. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA	15	9,09%	26,67%
UD.4. LA COMUNICACIÓN NO VERBAL.	16	9,70%	36,36%
TOTAL 1ª EVALUACIÓN	60	36,36%	36,36%
2ª EVALUACIÓN			
UD.5. LA COMUNICACIÓN ORAL.	19	11,52%	47,88%
UD.6 . LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA.	16	9,70%	57,58%
UD.7. LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA.	9	5,45%	53,33%
TOTAL 2ª EVALUACIÓN	44	26,67%	53,33%
3ª EVALUACIÓN			
UD.7. LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA.	16	9,70%	63,03%
UD.8. EL DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.	19	11,52%	74,55%
UD.9. EL SERVICIO POSVENTA	16	9,70%	84,24%
UD.10. EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.	10	6,06%	90,30%
TOTAL 3ª EVALUACIÓN	61	36,97%	100,00%
TOTAL	165	100,00%	

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN.

4.1. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Son los establecidos por el Decreto del Curriculum, están recogidos en el apartado 1.

4.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Se adjunta un cuadro donde se relacionan procedimientos, instrumentos y criterios de calificación:

PROCEDIMIENTO	INSTRUMENTO	CRITERIO DE CALIFICACIÓN
Pruebas objetivas	Examen	80%

	Realización de las tareas, prácticas evaluables y trabajos	20 %
--	--	------

La calificación de los alumnos se obtendrá de las pruebas planteadas por el profesor. Se realizará una o más en cada trimestre dependiendo de las necesidades del grupo y de los contenidos impartidos; todas ellas, de forma conjunta, configurarán la nota final.

Cada una de las pruebas planteadas, se calificará con notas numéricas de 1 a 10, indicando la valoración en cada uno de los ejercicios planteados en la prueba. Dicha nota, se formará a partir de la nota y consecución de los indicadores mínimos y no mínimos.

Exámenes.

Tendrán lugar al menos dos exámenes por evaluación.

El alumnado conocerá los criterios de corrección antes de realizar cada examen así como los indicadores, mínimos o no, que se evalúan en cada pregunta o apartado y será informado del resultado de cada prueba. La nota de cada examen se obtendrá sobre la base de la plantilla de corrección y de los puntos asignados a cada pregunta o apartado, independientemente de los mínimos que hayan intervenido.

- a) Si el resultado es menor de 4, el examen no mediará y se tendrá que realizar una recuperación de la evaluación. La recuperación de cada evaluación será una única prueba con todas las unidades didácticas estudiadas en la evaluación.
- b) Si el resultado es igual o superior a 4 promediará con el resultado del resto de los exámenes, trabajos, pruebas evaluables, etc.
- c) Si el resultado es igual o superior a 4 o más pero no se han superado todos los mínimos que contenía, el profesor podrá dar la opción de recuperar los mínimos con trabajos, ejercicios o por observación directa. En esta circunstancia la recuperación de los mínimos pendientes no aumentará la nota de la prueba cuyos mínimos se recuperan.
- d) Si el promedio de los exámenes es igual o superior a 5 se considera aprobado este apartado.

El promedio de los exámenes será el 80% de la calificación en cada trimestre.

Prácticas evaluables y trabajos

La evaluación será continua en el sentido de que se realizará durante todo el proceso formativo, lo que exige la asistencia regular del alumno a clase durante todo el periodo lectivo. Se pide la elaboración de trabajos que deberán entregarse de forma obligatoria, éstos podrán ser escritos, presentaciones orales en PowerPoint, etc.

Estos se valorarán con una puntuación máxima de un 20% de la nota final.

Evaluación final

La evaluación se aprobará obteniendo en la nota final cinco o más.

Para obtener el cinco de cada evaluación deberá superarse todos los indicadores mínimos de todos los exámenes realizados, a los cuales se les sumará los resultados de los indicadores considerados no mínimos, de lo que se obtendrá la nota final de cada evaluación, ponderándose las calificaciones obtenidas de todas las pruebas realizadas. En caso de haber superado todas las pruebas con aprobado pero haya quedado algún

mínimo no superado, la evaluación se tendrá como suspensa.

En la evaluación final se redondeará **a la baja** la nota que **no supere en 0.5** a cada punto, por encima de **0.51** se redondeará **al alza** a la nota siguiente.

Así mismo, se realizará un examen de recuperación antes de la evaluación, así el alumno que recupere ya no aparecerá como suspendido en el boletín de notas. **En caso de recuperación la nota máxima será de 5.**

Solamente se realizará **una** recuperación por evaluación.

La falta continuada a clase afecta directamente a la evaluación, por lo que cuando el alumno tenga faltas de asistencia injustificadas iguales o superiores al 15% de las horas lectivas impartidas, perderá el derecho a la evaluación continua. En este caso se está a lo establecido en la parte general de la programación del Departamento.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES.

Estos resultados de aprendizaje podrán ser modificados a lo largo del curso, según el funcionamiento regular de las clases.

RESULTADO DE APRENDIZAJE:							
1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.							
CRITERIOS DE EVALUACION	INDICADORES MÍNIMOS	MÍN.	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDADES
			E	T	J	O	
a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.	1.a.1. Identificar los tipos de instituciones empresariales.		X	X	X	X	1
	1.a.2. Describir sus características jurídicas, funcionales y organizativas.		X	X	X	X	1
b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.	1.b.1. Relacionar las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.	X	X	X	X	X	1
c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.	1.c.1. Identificar la estructura organizativa para una asistencia o prestación de un servicio de calidad.		X	X	X	X	1
d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que genera.	1.d.1. Relacionar los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que genera.	X	X	X	X	X	1
e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.	1.e.1. Definir los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.	X	X	X	X	X	3
f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.	1.f.1. Diferenciar los procesos de comunicación internos formales e informales.		X	X	X	X	3
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.	1.g.1. Valorar 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.		X	X	X	X	3
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.	1.h.1. Relacionar el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.	X	X	X	X	X	3
i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.	1.i.1. Valorar la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.		X	X	X	X	3
j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.	1.j.1. Identificar los aspectos más significativos que transmite la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.	X	X	X	X	X	3

RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACION	INDICADORES MÍNIMOS	MÍN.	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDADES
			E	T	J	O	
a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.	2.a.1. Identificar los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.	X	X	X	X	X	2
b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.	2.b.1. Identificar las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.	X	X	X	X	X	5
c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	2.c.1. Aplicar el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.		X	X	X	X	3
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.	2.d.1. Identificar los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.	X	X	X	X	X	6
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.	2.e.1. Tener en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.	X	X	X	X	X	3
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.	2.f.1. Detectar las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.	X	X	X	X	X	2
g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.	2.g.1. Utilizar el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.		X	X	X	X	5
h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.	2.h.1. Aplicar convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.		X	X	X	X	4
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.	2.i.1. Valorar si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.		X	X	X	X	5
j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.	2.j.1. Comprobar los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.	X	X	X	X	X	5

RESULTADO DE APRENDIZAJE:**3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.**

CRITERIOS DE EVALUACION	INDICADORES MÍNIMOS	MÍN.	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDADES
			E	T	J	O	
a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.	3.a.1. Identificar los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.		X	X	X	X	7
b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.	3.b.1. Identificar los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad	X	X	X	X	X	7
c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.	3.c.1. Identificar al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.		X	X	X	X	7
d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.	3.d.1. Diferenciar las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.	X	X	X	X	X	7
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.	3.e.1. Redactar documentos apropiados, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.		X	X	X	X	7
f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.	3.f.1. Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.		X	X	X	X	7
g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.	3.g.1. Publicar documentos con herramientas de la web 2.0		X	X	X	X	7
h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.	3.h.1. Adecuar la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.		X	X	X	X	7
i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.	3.i.1. Utilizar la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.	X	X	X	X	X	7
j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).	3.j.1. Aplicar, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).		X	X	X	X	7
k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.	3.k.1. Aplicar técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.	X	X	X	X	X	7

RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACION	INDICADORES MÍNIMOS	MÍN.	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDADES
			E	T	J	O	
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.	4.a.1. Identificar los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.	X	X	X	X	X	10
b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.	4.b.1. Determinar las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.		X	X	X	X	7
c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.	4.c.1. Seleccionar el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.	X	X	X	X	X	7
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.	4.d.1. Identificar los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.		X	X	X	X	10
e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.	4.d.1. Analizar las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.		X	X	X	X	10
f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documento.	4.f.1. Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documento.		X	X	X	X	10
g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.	4.g.1. Reconocer los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.		X	X	X	X	10
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).	4.h.1. Respetar 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).	X	X	X	X	X	10
i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.	4.i.1. Registrar los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.		X	X	X	X	10
j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.	4.j.1. Realizar la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.		X	X	X	X	10
k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.	4.k.1. Valorar la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.		X	X	X	X	7

RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACION	INDICADORES MÍNIMOS	MÍN.	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDADES
			E	T	J	O	
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.	5.a.1. Aplicar técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.		X	X	X	X	8
b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	5.b.1. Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	X	X	X	X	X	8
c) Se ha adoptado una actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.	5.c.1. Adoptar una actitud adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.		X	X	X	X	8
d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.	5.d.1. Analizar las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario		X	X	X	X	8
e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	5.e.1. Obtener, en su caso, la información histórica del cliente.		X	X	X	X	8
f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	5.f.1. Aplicar la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.		X	X	X	X	8
g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.	5.g.1. Analizar y solucionar los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.	X	X	X	X	X	8

RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACION	INDICADORES MÍNIMOS	MÍN.	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDADES
			E	T	J	O	
a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	6.a.1. Describir las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	X	X	X	X	X	8
b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	6.b.1. Valorar la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.		X	X	X	X	8
c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	6.c.1. Interpretar la comunicación recibida por parte del cliente.		X	X	X	X	8
d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	6.d.1. Relacionar los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	X	X	X	X	X	8
e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	6.e.1. Diferenciar los tipos de demanda o reclamación.		X	X	X	X	8
f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.	6.f.1. Gestionar la información que hay que suministrar al cliente.		X	X	X	X	8
g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	6.g.1. Determinar los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.		X	X	X	X	8
h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	6.h.1. Redactar escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.		X	X	X	X	8
i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.	6.i.1. Valorar la importancia de la protección del consumidor.		X	X	X	X	8
j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.	6.j.1. Aplicar la normativa en materia de consumo.		X	X	X	X	8

RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACION	INDICADORES MÍNIMOS	MÍN.	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDADES
			E	T	J	O	
a) Se ha valorado la importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.	7.a.1. Valorar la importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.		X	X	X	X	9
b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención postventa.	7.b.1. Identificar los elementos que intervienen en la atención postventa.	X	X	X	X	X	9
c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio postventa.	7.c.1. Identificar las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio postventa.		X	X	X	X	9
d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio postventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.	7.d.1. Aplicar los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio postventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.		X	X	X	X	9
e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de postventa.	7.e.1. Distinguir los momentos o fases que estructuran el proceso de postventa.	X	X	X	X	X	9
f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio postventa.	7.f.1. Utilizar las herramientas de gestión de un servicio postventa		X	X	X	X	9
g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	7.g.1. Describir las fases del procedimiento de relación con los clientes.		X	X	X	X	9
h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	7.h.1. Describir los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.		X	X	X	X	9
i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.	7.i.1. Detectar y solventar los errores producidos en la prestación del servicio.	X	X	X	X	X	9
j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	7.j.1. Aplicar el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.		X	X	X	X	9

6. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Para empezar el curso se realizará una **prueba inicial** (se adjunta el modelo al final de la programación) para valorar los conocimientos previos que el alumnado tiene sobre el módulo, que servirá para detectar aquellos aspectos que puede ser necesario repasar antes de empezar a desarrollar el módulo.

El **instrumento básico de evaluación** serán los exámenes, que siempre se ceñirán al contenido del libro de referencia o a otros materiales escritos de ampliación que el profesor haya repartido. Además, se podrán pedir trabajos de entrega obligatoria. En estos trabajos, el profesor podrá establecer las medidas que considere necesarias para comprobar que el trabajo se ha hecho realmente por alumno, por tanto, sin ayuda externa ni copiados.

Los trabajos aceptados tendrán la calificación de 10, de 0 si no se ha entregado o no se ha seguido las indicaciones del profesor para su mejora.

Para la nota de la evaluación los exámenes supondrán el 80% y los trabajos o tareas el 20%. Si al acabar una evaluación el alumno tiene algún mínimo pendiente de superar, la nota será como máximo de 4 contándole la nota obtenida en realidad de 5 o más, con vistas a la nota final de curso, solo a partir del momento que supere los mínimos pendientes.

En cuanto a las **recuperaciones**, el alumno sólo tendrá derecho a recuperar cada parte pendiente una sola vez durante el curso. Así mismo, se superará siempre y cuando se aprueben todos los mínimos y se haya obtenido una valoración igual o superior a 5. Independientemente de la valoración obtenida, la recuperación contará exclusivamente con un 5.

La **nota correspondiente a exámenes** se obtendrá con la media de las notas de los exámenes hechos en la evaluación. Las notas de exámenes solo promediarán si son de 4 o más. La media de las notas de los trabajos será la media aritmética.

La **nota de la evaluación ordinaria a final de curso** será la media aritmética de la nota de las tres evaluaciones. Si no se han superado, la nota será de 4 o la inferior que corresponda por la media calculada.

La asistencia a clase es obligatoria y el alumnado que tenga faltas de asistencia, excluidas las por motivos laborales debidamente justificadas, a más de un 15% de las horas oficiales anuales de un módulo **perderá el derecho a la evaluación continua**. En este caso únicamente podrá presentarse a la convocatoria ordinaria de final de curso en la que se le aplicarán, en relación a todos los contenidos efectivos dados en clase, los mismos instrumentos de evaluación (exámenes y/o trabajos) y calificación programados en cada uno de ellos para todo el curso. Para superarla se tendrá que acreditar la superación de todos los mínimos evaluados en el curso.

En caso de no superar el curso, para la **evaluación extraordinaria** quedará a cada alumno las evaluaciones en las que haya obtenido menos de 5. La prueba extraordinaria será un examen por evaluación pendiente y será sobre mínimos. Así mismo, se podrá pedir la realización de algún trabajo, si durante el curso no los ha superado.

Se realizará un examen de recuperación antes de la evaluación, así el alumno que recupere ya no aparecerá como suspendido en el boletín de notas. En caso de recuperación, la nota será 5.

La **nota final de la evaluación extraordinaria** será la media aritmética de las evaluaciones aprobadas durante el curso.

No obstante, todo lo anterior, quedará a expensas del correcto cumplimiento del derecho fundamental de cátedra que asiste a todo profesor, conforme queda preceptuado en el artículo 20.1. c) de la Constitución Española, el cual faculta a adoptar al profesor cuantas medidas sean pertinentes para el funcionamiento regular de las enseñanzas.

7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

La materia se desarrollará en lo fundamental siguiendo el libro de referencia de la editorial McGraw-Hill ISBN 978-84-481-7574-0 “Comunicación y atención al cliente Grado Superior” LOE, además se podrán utilizar otros libros de referencia como la editorial Paraninfo ISBN 978-84-9732-940-8 “Comunicación y atención al cliente” y la actualización de la editorial McGraw-Hill ISBN: 978-84-486-0973-3 “Comunicación y atención al cliente”.

- Periódicos.
- Revistas.
- Videos para completar las sesiones de clase.
- Otros.
- Medios informáticos.