

	PROGRAMACIÓN			CURSO	2017-2018
	Departamento		Administración y gestión		
	Ciclo		Gestión administrativa		
	Grupo		ADG-201		
	Módulo		0437 Comunicación empresarial y atención al cliente.		
	Fecha:09-10-17		Versión:		COMPLETA
	CÓDIGO	F-09-02	Versión 0	FECHA REVISIÓN: 01/07/2015	pág.: 1/22

ÍNDICE

1. OBJETIVOS
2. ORGANIZACIÓN, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.
 - 2.1. CONTENIDOS.
 - 2.2. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.
3. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS DE CARÁCTER GENERAL.
4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN.
 - 4.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN
 - 4.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES.
6. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.
 - 6.1 PROCEDIMIENTOS DE CALIFICACIÓN
 - 6.2. INSTRUMENTOS DE CALIFICACIÓN
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

1. OBJETIVOS

“Los objetivos del módulo son conseguir en el alumnado los siguientes Resultados de aprendizaje:”

1. Selecciona técnicas de comunicación relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.
2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa.
3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficacia y ahorro en los trámites administrativos.
5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.
8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

2. ORGANIZACIÓN, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.

2.1 CONTENIDOS

La Orden de 26 de julio de 2010, de la Consejera de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del Título de Técnico en Gestión Administrativa para la Comunidad Autónoma de Aragón, dispone que la duración mínima del módulo profesional Comunicación empresarial y atención al cliente (código 0437), sea de 160 horas, previendo los siguientes contenidos mínimos a tratar:

Selección de técnicas de comunicación empresarial:
<ul style="list-style-type: none">- Elementos y barreras de la comunicación.- Comunicación e información y comportamiento.- Aplicación de la escucha activa en los procesos de comunicación.- Criterios de empatía y principios básicos de la asertividad.- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.- La organización empresarial. Organigramas.- Principios y tipos de organización- Departamentos y áreas funcionales tipo- Funciones del personal en la organización- Relación interdepartamental.- Descripción de los flujos de comunicación.- La comunicación externa en la empresa: Comunicación formal e informal.- La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas.
Transmisión de comunicación oral en la empresa:
<ul style="list-style-type: none">- Principios básicos en las comunicaciones orales.- Normas de comunicación y expresión escrita en la empresa.- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.- Clases de comunicación oral: Diálogo. Discurso. Debate. Entrevista.- La comunicación no verbal. Elementos del lenguaje no verbal.- La imagen personal.- La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa- La comunicación telefónica: barreras y dificultades en la transmisión de la información- La expresión verbal y no verbal en la comunicación telefónica.- El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar

correctamente por teléfono.

- La informática en las comunicaciones verbales: videoconferencia, Chat y otros.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.

Transmisión de comunicación escrita en la empresa

- La comunicación escrita en la empresa
- Normas de comunicación y expresión escrita.
- Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en las comunicaciones escritas socio-profesionales.
- Abreviaturas comerciales y oficiales.
- Características principales de la correspondencia comercial.
- Medios utilizados: El sobre. El papel. La carta.
- La carta comercial. Estructura estilo y clases.
- Formatos tipos de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas: memorándum, nota interior, informe solicitud, oficio, certificado, declaración recurso y otros
- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
- El correo electrónico. Uso, estructura y redacción de los e-mails
- La recepción de la correspondencia.
- Servicios de correo, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Registro de entrada y salida de correspondencia.
- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

Archivo de la información en soporte papel e informático:

- Archivo de la información en soporte papel.
- Archivo de la información en soporte informático

Reconocimiento de necesidades de clientes.

- Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo.
- El conocimiento del cliente y sus motivaciones.
- Elementos de la atención al cliente: entorno organización y empleados.
- Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.
- La percepción del cliente respecto a la atención recibida.
- La satisfacción del cliente.
- Los procesos en contacto con el cliente externo.

Atención de consultas, quejas y reclamaciones:

- El departamento de atención al cliente. Funciones.
- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias y felicitación.
- Elementos de una queja reclamación.
- Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.
- El circuito de las reclamaciones.
- Gestión reactiva. Gestión proactiva: Anticipación de errores, seguimiento de clientes perdidos.
- El consumidor.
- Instituciones de consumo: público y privados.
- Normativa en materia de consumo: Marco legal estatal, autonómico y local.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias: Recepción, Registro, Acuse de recibo.
- Tramitación y gestión: Hojas de reclamaciones.

Potenciación de la imagen de la empresa:

- El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.
- Naturaleza, definición, función, elementos del marketing y alcance del marketing. La imagen corporativa.
- Políticas de comunicación.

Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:

- La calidad del servicio, el trato al cliente y el servicio postventa como elementos de la competitividad de la empresa.
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos de control del servicio
- Evaluación del control del servicio
- Control del servicio postventa: Procedimientos, análisis, servicios de asistencia, herramientas de gestión de relación con clientes.
- Fidelización de clientes.

2.2 DISTRIBUCIÓN TEMPORAL:

El módulo tiene asignadas 160 horas para la totalidad del curso académico, repartidas en 5 horas semanales. Teniendo en cuenta la importancia de los contenidos, el grado de dificultad, y el calendario escolar (que prevé 168 horas), las unidades didácticas se han distribuido de la siguiente manera:

EVALUACIONES	Horas	%	Acumulado
1ª EVALUACIÓN			
UD 0. Presentación del módulo y evaluación inicial	1	0,60	0,60
UD 1: <u>LA COMUNICACIÓN</u>	8	4,76	5,36
UD 1.1. ¿Qué es la comunicación? Elementos de la comunicación El proceso de comunicación Comunicación e información Formas de comunicación UD 1.2. Las dificultades en el proceso de comunicación. Barreras y errores Barreras en la comunicación Errores de la comunicación			
Examen UD 1	2	1,19	6,55
UD 2: <u>LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA</u>	14	8,33	14,88
UD 2.1. La comunicación como factor de la organización de la empresa Los equipos de trabajo La organización de la empresa UD 2.2. Los organigramas Tipos de organigramas UD 2.3. La comunicación interna Comunicación interna vertical La comunicación interna diagonal o transversal La comunicación interna horizontal UD 2.4. La comunicación externa en la empresa Comunicación personal Comunicación no personal			
Examen UD 2	2	1,19	16,07
UD 3: <u>LA COMUNICACIÓN ORAL</u>	11	6,55	22,62
UD 3.1. La comunicación oral Componentes de la comunicación oral Proceso de comunicación oral Problemas en el proceso de comunicación oral UD 3.2. Hablar en público Cómo preparar una intervención oral Recursos para asegurar una buena intervención oral			

UD 3.3. Comunicación telefónica Normas básicas de la comunicación telefónica Tratamiento de las llamadas recibidas Tratamiento de las llamadas realizadas			
UD 3.4. La tecnología de la información en las comunicaciones orales Videoconferencia			
Examen UD 3	2	1,19	23,81
UD.4: LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA	19	11,31	35,12
UD 4.1. Características de los documentos que generan las empresas Normas para una comunicación escrita correcta ¿Qué se debe evitar en la comunicación escrita? Canales de transmisión			
UD 4.2 Gestión de la correspondencia de entrada Gestión de la correspondencia de entrada Gestión de la correspondencia de salida: servicio de Correos y servicios privados de mensajera			
UD 4.3. Correo electrónico Correo electrónico: características			
Examen UD 4	2	1,19	36,31
RECUPERACIÓN 1ª EVALUACIÓN	1	0,6	36,90
TOTAL 1ª EVALUACIÓN	62	36,90	36,90
2ª EVALUACIÓN			
UD 5: <u>LA DOCUMENTACIÓN GENERADA EN LA EMPRESA</u>	20	11,90	48,81
UD 5.1. La carta comercial Concepto y características de las cartas comerciales Redacción de la carta comercial Estructura de la carta Contenido de la carta comercial			
UD 5.2. Cartas relacionadas con el ciclo comercial El pedido Cartas de reclamación Cartas de presentación			
UD 5.3. Textos para comunicaciones internas Avisos y anuncios Comunicado interno o memorándum Informe Convocatoria Acta Certificado Notas de recepción de llamadas telefónicas y visitas Textos protocolarios			
Examen UD 5	1	0,60	49,40

UD 6: <u>LA COMUNICACIÓN NO VERBAL</u>	8	4,76	54,17
UD 6.1. Concepto de comunicación no verbal Tipos de comunicación no verbal UD 6.2. Comunicación Kinésica Los gestos El apretón de manos La expresión facial La mirada La sonrisa El cuerpo UD 6.3. Comunicación proxémica UD 6.4. Comunicación paralingüístico El tono El volumen El ritmo UD 6.5 Comunicación simbólica e icónica Tipos y características UD 6.6. La imagen personal El aspecto físico La indumentaria			
Examen UD 6	1	0,60	54,76
UD 7: <u>ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN</u>	18	10,71	65,48
UD 7.1. Clasificación de los documentos y sistemas de ordenación Clasificación alfabética Clasificación numérica Clasificación alfanumérica Clasificación geográfica Clasificación temática Clasificación cronológica UD 7.2. Archivo en soporte papel Objetivos del archivo Organización del archivo El proceso de archivo UD 7.3. Normas de seguridad y acceso a los archivos Derechos de los ciudadanos Obligaciones de las empresas Niveles de protección de los datos UD 7.4. Archivo informático Características Procedimiento de protección de datos			
Examen UD 7	1	0,60	66,07
RECUPERACIÓN 2ª EVALUACIÓN	2	1,19	67,26
TOTAL 2ª EVALUACIÓN	51	30,36	67,26

3ª EVALUACIÓN			
<u>UD 8: EL MARKETING COMO SISTEMA DE COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES</u>	24	14,29	96,43
UD 8.1. El cliente Tipos de clientes Estrategia de la empresa según el tipo de cliente UD 8.2 El comportamiento del cliente Factores internos Factores externos UD 8.3 Las relaciones con el cliente El servicio al cliente La atención al cliente Fidelización del cliente UD 8.4 Concepto de marketing El marketing estratégico Marketing operativo Marketing relacional UD 8.5 Redes sociales Redes sociales en la comunicación institucional Las redes sociales en el marketing El community manager			
Examen UD 8	1	0,60	82,14
<u>UD 9: LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR. COMUNICACIÓN ASERTIVA</u>	24	14,29	96,43
El departamento de atención al cliente Principios del servicio de atención al cliente Funciones del servicio de atención al cliente Reacciones del cliente insatisfecho UD 9.2 Gestión de quejas y reclamaciones Procedimiento de actuación ante una queja UD 9.3 Calidad en la atención al cliente Niveles de calidad Calidad total UD 9.4 La protección del consumidor El consumidor: concepto y derechos Organismos de defensa del consumidor El sistema arbitral de consumo Los órganos arbitrales Procedimiento del arbitraje de consumo			
Examen UD 9	1	0,60	97,02
RECUPERACIÓN 3ª EVALUACIÓN	2	1,19	98,21
TOTAL 3ª EVALUACIÓN	52	30,95	98,21
EXAMEN JUNIO	3	1,79	100
TOTAL	168	100	100

3. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS DE CARÁCTER GENERAL

La metodología que se seguirá para el desarrollo de los contenidos de este módulo y que servirá de guía para desarrollar el proceso de enseñanza-aprendizaje y el método de trabajo en aula se basará en los siguientes aspectos metodológicos:

- ❖ Cada unidad de trabajo se iniciará detectando los conocimientos previos del alumnado, junto con las expectativas o intereses respecto al tema.
- ❖ La introducción general con explicaciones breves y esquemáticas.
- ❖ Planteamiento y resolución de supuestos.
- ❖ Se fomentará la participación activa del alumnado en todo momento y que sea capaz de relacionar los contenidos explicados en clase con la realidad, siendo asimismo posible que el alumno extraiga sus propias conclusiones y el desarrollo de un pensamiento crítico y constructivo
- ❖ Se fomentará el dialogo comprobando, con ello, el grado de comprensión y de conocimientos del alumno.
- ❖ En cualquier momento el alumno tendrá facilidad para preguntar e intervenir en clase.
- ❖ Resolución de actividades por parte del alumno de forma individualizada.
- ❖ Se acabará la unidad de trabajo con actividades de evaluación para ver si se han logrado los resultados esperados.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

4.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

“Son los establecidos en el decreto del módulo. Se indican en el apartado 5.”

4.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La calificación del módulo será numérica, entre uno y diez sin decimales.

Los alumnos conocerán la calificación asignada por el profesor a cada una de las partes que configuren las pruebas.

Las pruebas se componen de 3 partes.

1. *Examen*: Se realizarán por lo menos 2 exámenes por evaluación.

La nota de los exámenes supondrá el 60% de la nota total de cada evaluación.

La nota correspondiente a los exámenes será la media aritmética de todos los exámenes realizados a lo largo de la evaluación.

Las notas solo promediarán a partir de un 5.

- a) Si se obtiene una calificación menor de 5 en una prueba se hará una recuperación de similares características y no se guardarán mínimos.
- b) Si se ha obtenido una nota de 5 o más pero no se han superado todos o algunos de los mínimos, el profesor dará la opción de recuperar los mínimos con tareas: trabajos, ejercicios.

2. *Actitud* : Se valorará el comportamiento y actitud y participación en clase
Supone un 10% de la nota total de cada evaluación.
3. *Trabajos y/o exposiciones orales*.

La nota de los trabajos supondrá el 30% de la nota total.

Los trabajos tendrán las siguientes calificaciones:

- "Hasta 10" ;5 puntos por el desarrollo y la presentación, 5 puntos por el resultado
- "Hasta 5"; si se han entregado con retraso, o si no se han seguido las indicaciones del profesor para su mejora.
- " 0 " ;si no se han entregado.

La nota correspondiente a los trabajos será la media aritmética de los trabajos realizados a lo largo de la evaluación.

Se realizará al menos una recuperación por evaluación.

La nota final de cada evaluación será la suma de la nota de los exámenes, la actitud y de la nota de los trabajos y/o exposiciones, siempre que se hayan superado todos los mínimos. El alumno será informado a lo largo de cada evaluación de los mínimos que tiene pendientes de superar.

La calificación final será la media aritmética de las tres evaluaciones. La calificación del módulo será numérica, entre uno y diez, sin decimales, considerándose positiva la calificación igual o superior a cinco.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES

1. RESULTADO DE APRENDIZAJE:						
1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.						
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES	MIN	INSTRUMS. EVALUACIÓN			UD
			EX	TR	OB	
a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.	1.a.1 Reconocer la necesidad de comunicación entre las personas.	X	X	X	X	1
b) Se ha distinguido entre comunicación e información.	1.b.1 Distinguir entre comunicación e información	X	X	X	X	1
c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.	1.c.1 Distinguir los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.	X	X	X	X	1
d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación	1.d.1 Reconocer los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación	X	X	X	X	1

e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.	1.e.1 Determinar la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje	X	X	X	X	1
f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.	1.f.1 Identificar los conceptos de imagen y cultura de la empresa.	X	X	X	X	2
g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.	1.g.1 Diferenciar los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.	X	X	X	X	2
h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.	1.h.1 Distinguir las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.	X	X	X	X	2
i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.	1.i.1 Seleccionar el destinatario y el canal adecuado para cada situación.	X	X	X	X	2

2. RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES	MIN	INSTRUMS. EVALUACIÓN			UD
			EX	TR	OB	
a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	2.a.1 Identificar los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	X	X	X	X	3
b) Se han identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	2.b.1 Identificar el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales	X	X	X	X	3
c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	2.c.1 Tener en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	X	X	X	X	3
d) Se ha identificado al interlocutor, observándolas debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.	2.d.1 Identificar al interlocutor, observándolas debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.	X	X	X	X	3
e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.	2.e.1 Elaborar el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión	X	X	X	X	3

f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.	2.f.1 Utilizar el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.	X	X	X	X	3
g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	2.g.1 Presentar el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	X	X	X	X	3
h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	2.h.1 Utilizar equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	X	X	X	X	3
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.	2.i.1 Valorar si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.	X	X	X	X	3
j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.	2.j.1 Analizar los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.	X	X	X	X	3

3. RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES	MIN.	INSTRUMS. EVALUACIÓN			UD
			EX	TR	OB	
a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.	3.a.1 Identificar los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros	X	X	X	X	7
b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	3.b.1 Identificar los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	X	X	X	X	4
c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	3.c.1 Diferenciar los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	X	X	X	X	7
d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	3.d.1 Identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	X	X	X	X	4

e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.	3.e.1 Clasificar las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.	X	X	X	X	7
f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.	3.f.1 Redactar el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.	X	X	X	X	4
g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	3.g.1 Identificar las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	X	X	X	X	4
h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de texto o autoedición.	3.h.1 Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de texto o autoedición.	X	X	X	X	7
i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	3.i.1 Cumplimentar los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	X	X	X	X	7
j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	3.j.1 Utilizar la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	X	X	X	X	7
k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	3.k.1 Aplicar en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	X	X	X	X	7

4. RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES	MIN	INSTRUMS. EVALUACIÓN			UD
			EX	TR	OB	
a) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	4.a.1 Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	X	X	X	X	7

b) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.	4.b.2 Respetar los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.	X	X	X	X	7
c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.	4.c.1 Identificar los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.	X	X	X	X	7
d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.	4.d.1 Identificar las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.	X	X	X	X	7
e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	4.e.1 Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	X	X	X	X	7
f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.	4.f.1 Realizar árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.	X	X	X	X	7
g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	4.g.1 Aplicar las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	X	X	X	X	7
h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.	4.h.1 Reconocer los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.	X	X	X	X	7
i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.	4.i.1 Respetar los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.	X	X	X	X	7
j) se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	4.j.1 Aplicar, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	X	X	X	X	7

5. RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES	MIN	INSTRUMS. EVALUACIÓN			UD
			EX	TR	OB	
a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	5.a.1 Desarrollar técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente 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 a través de diferentes canales de comunicación.	5.b.1 Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	X	X	X	X	8
c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.	5.c.1 Reconocer los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.	X	X	X	X	8
d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.	5.d.1 Identificar el comportamiento del cliente.	X	X	X	X	8
e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio de un cliente.	5.e.1 Analizar las motivaciones de compra o demanda de un servicio de un cliente.	X	X	X	X	8
f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	5.f.1 Obtener, en su caso, la información histórica del cliente.	X	X	X	X	8
g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	5.g.1 Adaptar adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	X	X	X	X	8
h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	5.h.1 Observar 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
i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.	5.i.1 Distinguir las distintas etapas de un proceso comunicativo.	X	X	X	X	1

6. RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES	MIN	INSTRUMS. EVALUACIÓN	UD
-------------------------	-------------	-----	----------------------	----

			EX	TR	OB	
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	9
b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	6.b.1 Interpretar la comunicación recibida por parte del cliente.	X	X	X	X	9
c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	6.c.1 Identificar los elementos de la queja/reclamación.	X	X	X	X	9
d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de las quejas y las reclamaciones.	6.d.1 Reconocer las fases que componen el plan interno de resolución de las quejas y las reclamaciones.	X	X	X	X	9
e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.	6.e.1 Identificar y localizar la información que hay que suministrar al cliente.	X	X	X	X	9
f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	6.f.1 Utilizar los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	X	X	X	X	9
g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	6.g.1 Cumplimentar, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	X	X	X	X	9
h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.	6.h.1 Reconocer la importancia de la protección del consumidor.	X	X	X	X	9
i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.	6.i.1 Identificar la normativa en materia de consumo.	X	X	X	X	9
j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	6.j.1 Diferenciar los tipos de demanda o reclamación.	X	X	X	X	9

7. RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES	MIN	INSTRUMS. EVALUACIÓN			UD
			EX	TR	OB	
a) Se ha identificado el concepto de marketing.	7.a.1 Identificar el concepto de marketing.	X	X	X	X	8

b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.	7.b.1 Reconocer las funciones principales del marketing.	X	X	X	X	8
c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	7.c.1 Valorar la importancia del departamento de marketing.	X	X	X	X	8
d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	7.d.1 Diferenciar los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	X	X	X	X	8
e) Se ha valorado la importancia de la corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	7.e.1 Valorar la importancia de la corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	X	X	X	X	8
f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	7.f.1 Valorar la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	X	X	X	X	8
g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	7.g.1 Identificar la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	X	X	X	X	8

8. RESULTADO DE APRENDIZAJE:

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES	MIN	INSTRUMS. EVALUACIÓN			UD
			EX	TR	OB	
a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.	8.a.1 Identificar los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.	X	X	X	X	8
b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	8.b.1 Describir las fases del procedimiento de relación con los clientes.	X	X	X	X	8
c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	8.c.1 Describir los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	X	X	X	X	8
d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	8.d.1 Valorar la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	X	X	X	X	8
e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.	8.e.1 Detectar los errores producidos en la prestación del servicio.	X	X	X	X	8/9

f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	8.f.1 Aplicar el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	X	X	X	X	8/9
g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.	8.g.1 Explicar el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.	X	X	X	X	8/9
h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.	8.h.1 Definir las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.	X	X	X	X	8/9
i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.	8.i.1 Identificar las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.	X	X	X	X	8/9
h) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas	8.h.1 Describir los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas	X	X	X	X	8/9

6. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE CALIFICACIÓN

6.1 PROCEDIMIENTOS DE CALIFICACIÓN

Se evaluará al alumno/a, atendiendo al principio de individualidad y objetividad valorativa de las distintas pruebas. Para ello el primer día de clase se realizará una prueba inicial para ajustar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Esta prueba se adjunta al final de esta programación.

La evaluación del aprendizaje de los alumnos es un instrumento que permite valorar de forma objetiva el proceso formativo de los alumnos y el nivel de progreso alcanzado con respecto a los objetivos generales del ciclo de Gestión Administrativa.

En régimen de enseñanza presencial, la evaluación continua del proceso formativo requiere la asistencia regular a las actividades lectivas programadas.

El número de faltas de asistencia (excluidas las laborales) que determina la pérdida del derecho a la evaluación continua es del 15% de las 160 horas de duración del módulo.

Del porcentaje anterior quedarán excluidos los alumnos que cursen este módulo y tengan que conciliar el aprendizaje con la actividad laboral. La exclusión deberá ser solicitada por el alumno.

La pérdida del derecho a evaluación continua supone, la no evaluación parcial del alumno, quedando pendiente de evaluar todo el módulo en el mes junio. Al final de curso se evaluará al alumno según los mismos criterios de evaluación que el resto de alumnos.

Las fechas de realización de las pruebas de evaluación se programarán de acuerdo con los alumnos. Si un alumno no se presenta a un examen en la fecha establecida deberá presentarse en la fecha de la recuperación.

La nota de final de curso se obtendrá a partir de una media aritmética de todas las evaluaciones.

Se realizarán exámenes de recuperación correspondientes a los temas no superados en la evaluación. El alumno sólo tendrá derecho a recuperar cada parte pendiente una sola vez durante el curso, aunque existe la posibilidad de que se pueda recuperar otra vez al final de curso (junio). Cabe distinguir entre recuperación de mínimos y de las pruebas completas. Si en una prueba se obtiene una nota inferior a 5, se deberá recuperar toda la prueba, si por el contrario se obtiene 5 o más, solo se deberán recuperar los mínimos no superados. La superación de los mínimos dará como resultado la valoración de APTO/NO APTO, no modificando así la nota de la prueba inicial.

En caso de no superar el curso en junio, para la evaluación extraordinaria de septiembre, a cada alumno quedarán las evaluaciones en las que haya obtenido menos de 5. La prueba extraordinaria será un examen por evaluación pendiente y será sobre mínimos. Si se supera la convocatoria de septiembre la nota que figurará en el expediente, será igual que la calculada para la convocatoria de junio, es decir se realizará la media aritmética de las notas de las evaluaciones aprobadas más la de septiembre que al tratarse de un examen de mínimos, no podrá ser superior en ningún caso a 5.

6.2. INSTRUMENTOS DE CALIFICACIÓN

Los instrumentos de evaluación consistirán en exámenes, realización de ejercicios y la observación sistemática del trabajo de los alumnos por parte del profesor.

El principal instrumento de evaluación serán los **exámenes (EX)**, que siempre se ceñirán al contenido del libro de referencia o a otros materiales escritos de ampliación que el profesor haya repartido, excluida la legislación.

Se intentará realizar un examen por cada unidad didáctica, en la medida de lo posible, para facilitar el estudio por parte del alumnado.

Las preguntas de los exámenes, serán de tipo test, preferentemente, dada su objetividad. También podrán realizarse preguntas cortas, de desarrollo, teórico-prácticas o prácticas, a criterio del profesor. En cada prueba se indicará la puntuación de cada pregunta así como las pautas de corrección señalando, además, cuáles son mínimos. Los alumnos/as podrán revisar su examen una vez corregidos.

Además se podrán encargar **trabajos (TR)** para realizar en casa o en clase, generalmente sobre aquellos contenidos que puedan tener alguna aplicación más directa con el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación.

El profesor los corregirá y si es necesario los devolverá al alumno solicitando su mejora, no aceptándolos como entregados hasta que no estén realizados adecuadamente. En estos trabajos el profesor podrá establecer las medidas que considere necesarias para comprobar si el trabajo se ha hecho por parte del alumno sin ayuda externa, o copiados.

7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

La materia se desarrollará en lo fundamental siguiendo el libro de referencia de la editorial Macmillan ISBN 978-84-16092-45-1 “Comunicación Empresarial y Atención al Cliente”,
- Periódicos.

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