

	<b>PROGRAMACIÓN</b>			<b>CURSO</b>	<b>2024/2025</b>	
	<b>Departamento</b>		ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN			
	<b>Ciclo</b>		GESTIÓN ADMINISTRATIVA			
	<b>Grupo</b>		1ADG201			
	<b>Módulo</b>		0437 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
	<b>Fecha:</b>		16/10/2024	<b>Versión:</b>		<b>COMPLETA</b>
						<b>RESUMIDA</b>
	<b>CÓDIGO</b>	F-09-02	<b>Versión 0</b>	<b>FECHA REVISIÓN: 01/07/2015</b>		pág.: 1/10

## CONTENIDOS

**UNIDAD 1. LA COMUNICACIÓN.** *(Se corresponde con la unidad 1 del libro de texto).*

**UNIDAD 2. LA COMUNICACIÓN ORAL PRESENCIAL EN LA EMPRESA.** *(Se corresponde con las unidades 2 del libro de texto).*

**UNIDAD 3. LA COMUNICACIÓN ORAL NO PRESENCIAL EN LA EMPRESA.** *(Se corresponde con la unidad 3 del libro de texto).*

**UNIDAD 4. LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA.** *(Se corresponde con la unidad 4 del libro de texto).*

**UNIDAD 5. DOCUMENTOS ESCRITOS EN LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL.** *(Se corresponde con la unidad 5 del libro de texto).*

**UNIDAD 6. CORRESPONDENCIA Y ARCHIVO.** *(Se corresponde con las unidades 6 del libro de texto).*

**UNIDAD 7. EL MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN.** *(Se corresponde con la unidad 9 del libro de texto).*

**UNIDAD 8. TIPOLOGÍA DE CLIENTES Y SUS NECESIDADES.** *(Se corresponde con la unidad 7 del libro de texto).*

**UNIDAD 9. LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.** *(Se corresponde con la unidad 7 del libro de texto).*

**UNIDAD 10. ATENCIÓN DE CONSULTAS, QUEJAS Y RECLAMACIONES.** *(Se corresponde con la unidad 8 del libro de texto).*

## DISTRIBUCIÓN TEMPORAL

<b>EVAL.</b>	<b>UNIDADES DIDÁCTICAS</b>	<b>Nº DE HORAS</b>	<b>% ACUMULADOS</b>
<b>1ª</b>	0. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO.	1	0,78%
	1. LA COMUNICACIÓN.	14	10,85%
	2. LA COMUNICACIÓN ORAL PRESENCIAL EN LA EMPRESA.	14	10,85%
	3. LA COMUNICACIÓN ORAL NO PRESENCIAL EN LA EMPRESA	14	10,85%
	<b>TOTAL 1ª EVALUACIÓN</b>	<b>43</b>	<b>33,33%</b>
<b>2ª</b>	4. LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA	16	12,40%
	5. DOCUMENTOS ESCRITOS EN LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL.	14	10,85%
	6. CORRESPONDENCIA Y ARCHIVO (Prácticas FP Dual)	14	10,85%
	<b>TOTAL 2ª EVALUACIÓN</b>	<b>44</b>	<b>34,11%</b>
<b>3ª</b>	7. EL MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	12	9,30%
	8. TIPOLOGÍA DE CLIENTES Y SUS NECESIDADES	10	7,75%
	9. LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.	10	7,75%
	10. ATENCIÓN DE CONSULTAS, QUEJAS Y RECLAMACIONES	10	7,75%
	<b>TOTAL 3ª EVALUACIÓN</b>	<b>42</b>	<b>32,56%</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>129</b>	<b>100%</b>

Si bien la carga horaria establecida en la ORDEN ECD/843/2024, de 25 de julio, por la que se regulan aspectos organizativos del currículum y se establecen los currículos de determinados Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Superior para la Comunidad Autónoma de Aragón para este módulo es de 133 horas, se han programado 129 porque son las horas reales que se obtienen aplicando las 4 horas semanales.

## **RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES**

Los criterios de evaluación, que figuran en las tablas que se desarrollan a continuación en negrita y sombreados en color gris, son los considerados **MÍNIMOS**.

Respecto a los instrumentos de evaluación, las siglas que aparecen en las tablas se corresponden con los siguientes conceptos:

**EXÁMENES (E):** Los exámenes, tanto teóricos como prácticos, se emplean para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumnado una vez finalizada la impartición de los contenidos. Este instrumento permite valorar la comprensión global de los conceptos fundamentales del módulo, así como la capacidad de aplicarlos en contextos específicos.

**TRABAJOS (T):** Los trabajos consisten en la realización de ejercicios y actividades relacionadas con los contenidos impartidos. Este instrumento tiene como objetivo profundizar en los conceptos abordados durante las clases, fomentando la reflexión y comprensión del alumnado a través de la aplicación práctica de los mismos.

**RESULTADO DE APRENDIZAJE**

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADOR	PORCENTAJE	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN				UNIDAD/ES
			E	T	J	O	
a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas	1.a.1. Identificar la necesidad de comunicación de las personas.	1,00%	0,75	0,25			1
b) Se ha distinguido entre comunicación e información	1.b.1. Distinguir la comunicación de la información.	1,00%	0,75	0,25			1
c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación	<b>1.c.1. Distinguir los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.</b>	<b>1,00%</b>	0,75	0,25			1
d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación	<b>1.d.1. Reconocer los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			1
	<b>1.d.2. Relacionar los diferentes obstáculos y barreras en un proceso de comunicación.</b>	<b>1,00%</b>	0,75	0,25			1
e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje	<b>1.e.1. Determinar la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			1
f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de empresa	1.f.1. Identificar los conceptos de imagen y cultura de empresa.	1,00%	0,75	0,25			1
g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional	1.g.1. Diferenciar los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.	1,00%	0,75	0,25			1
h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa	<b>1.h.1 Distinguir las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.</b>	<b>1,00%</b>	0,75	0,25			1
i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación	1.i.1 Seleccionar el destinatario y canal adecuado para cada situación	1,00%	0,75	0,25			1

**RESULTADO DE APRENDIZAJE**

**2. Transmite información entre las distintas áreas y a clientes internos y externos de la empresa creada en el aula reconociendo y aplicando técnicas de comunicación.**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADOR	PORCENTAJE	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN				UNIDAD/ES
			E	T	J	O	
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	1,00%	0,75	0,25			2,3
b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales	<b>2.b.1. Identificar el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			2,3
	2.b.2. Distinguir la comunicación verbal de la no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales	1,00%	0,75	0,25			2,3
c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	2.c.1. Tener presente las costumbres socioculturales y usos empresariales	1,00%	0,75	0,25			2,3
d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.	<b>2.d.1. Identificar al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			2,3
e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión	<b>2.e.1. Elaborar el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			2,3
f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación e interlocutores	<b>2.f.1. Utilizar el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación e interlocutores</b>	<b>1,50%</b>	1	0,50			2,3

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.	1,00%	0,75	0,25			2,3
h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	2.h.1. Usar los equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	0,50%	0,25	0,25			2,3
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad	<b>2.i.1. Valorar si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, cortesía, respeto y sensibilidad</b>	<b>1,50%</b>	1	0,50			2,3
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	0,50%	0,25	0,25			2,3

RESULTADOS DE APRENDIZAJE							
3. Organiza información explicando los diferentes métodos manuales y sistemas informáticos previstos							
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADOR	PORCENTAJE	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN				UNIDAD/ES
		12,00%	E	T	J	O	
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.	1,00%	0,75%	0,25%			4,5
b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares	<b>3.b.1. Identificar los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares</b>	<b>1,00%</b>	1,75%	0,75%			4,5
c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	<b>3.c.1 Diferenciar los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.</b>	<b>1,00%</b>	0,35%	0,15%			4,5
d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	<b>3.d.1. Diferenciar al destinatario, observando las debidas normas de protocolo</b>	<b>2,00%</b>	0,75%	0,25%			4,5
e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad	<b>3.e.1. Clasificar las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad</b>	<b>1,00%</b>	3%	1%			4,5
	3.e.2. Identificar las tipologías más habituales de documentos centro de la empresa según su finalidad.	1,00%					
f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de	3.f.1. Redactar el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la	1,00%	0,35%	0,15%			4,5

su finalidad y de la situación de partida	situación de partida						
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	1,00%	0,35%	0,15%			4,5
h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.	3.h.1 Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición	1,00%	0,75%	0,25%			4,5
i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	<b>3.i.1 Cumplimentar los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.</b>	<b>1,00%</b>	0,75%	0,25%			4,5
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.	0,50%	0,75%	0,25%			4,5
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).	0,50%	0,75%	0,25%			4,5

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADOR	PORCENTAJE	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN				UNIDAD/ES
		12,50%	E	T	J	O	
a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	<b>4.a.1. Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.</b>	1,50%	RA DUALIZADO				PRACTICAS FP DUAL
b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.	<b>4.b.1 Diferenciar las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.</b>	1,50%					
	4.b.2 Seleccionar las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.	1,00%					
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	<b>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</b>	1,50%					
d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones	<b>4.d.1. Identificar las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones</b>	1,50%					

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	0,50%
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	0,50%
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).	0,50%
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.	0,50%
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.	0,50%
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)	0,50%

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE****5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADOR	PORCENTAJE	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN				UNIDAD/ES
		12,00%	E	T	J	O	
a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	<b>5.a.1. Desarrollar técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento del mismo.</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			8
b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	<b>5.b.1. Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente, consumidor, usuario a través de diferentes canales de comunicación.</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			8
c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.	<b>5.c.1. Reconocer los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			8
d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.	5.d.1. Identificar el comportamiento del cliente	1,00%	0,75	0,25			8
e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.	5.e.1. Analizar las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente	1,00%	0,75	0,25			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	1,00%	0,75	0,25			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.	1,00%	0,75	0,25			8
h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un	5.h.1 Observar la forma y actitud adecuadas en la atención a un cliente en función del	1,00%	0,75	0,25			8

cliente en función del canal de comunicación utilizado.	canal de comunicación adecuado.						
i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.	5.i.1 Distinguir las etapas de un proceso comunicativo.	1,00%	0,75	0,25			8

<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>							
<b>6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo</b>							
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</b>				<b>UNIDAD/ES</b>
		<b>14,00%</b>	<b>E</b>	<b>T</b>	<b>J</b>	<b>O</b>	
a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas	<b>6.a.1. Describir las funciones del departamento de atención al cliente en empresas</b>	<b>3,00%</b>	2	1			10
b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	6.b.1. Interpretar la comunicación recibida por parte del cliente	1,00%	0,75	0,25			10
c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	6.c.1. Identificar los elementos de la queja/reclamación.	1,00%	0,75	0,25			10
d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	6.d.1. Reconocer las fases que componen el plan interno de resolución de quejas y reclamaciones.	1,00%	0,75	0,25			10
e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.	<b>6.e.1. Identificar y localizar la información que hay que suministrar al cliente.</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			10
f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas,	<b>6.f.1. Utilizar los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			10

quejas y reclamaciones.							
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.	1,00%	0,75	0,25			10
h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.	6.h.1. Reconocer la importancia de la protección del consumidor.	1,00%	0,75	0,25			10
i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.	6.i.1 Identificar la normativa en materia de consumo.	1,00%	0,75	0,25			10
j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación	6.j.1. Diferenciar los tipos de demanda o reclamación	1,00%	0,75	0,25			10

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADOR	PORCENTAJE	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN				UNIDAD/ES
		12,00%	E	T	J	O	
a) Se ha identificado el concepto de marketing.	<b>7.a.1. Identificar el concepto de marketing.</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			7
b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.	7.b.1. Reconocer las funciones principales del marketing.	1,00%	0,75	0,25			7
c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	<b>7.c.1. Valorar la importancia del departamento de marketing.</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			7
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	1,00%	0,75	0,25			7
e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	7.e.1. Valorar la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	1,00%	0,75	0,25			7
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.	1,00%	0,75	0,25			7
g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo del marketing.	<b>7.g.1 Identificar la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.</b>	<b>2,00%</b>	1,25	0,75			7

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE****8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADOR	PORCENTAJE	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN				UNIDAD
		16,00%	E	T	J	O	
a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente	<b>8.a.1. Identificar los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente</b>	<b>2,50%</b>	1,25%	0,75%			8,9
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	2,00%	1,25%	0,75%			8,9
c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio	<b>8.c.1. Describir los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio</b>	<b>2,50%</b>	0,75%	0,25%			8,9
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.	1,00%	0,75%	0,25%			8,9
e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.	8.e.1. Detectar los errores producidos en la prestación del servicio.	1,00%	0,75%	0,25%			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.	1,00%	0,75%	0,25%			8,9
g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.	8.g.1 Explicar el significado e importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.	1,00%	0,35%	0,15%			8,9
h) Se han definido las variables constitutivas del servicio postventa y su relación con la fidelización del cliente.	<b>8.h.1. Definir las variables constitutivas del servicio postventa y su relación con la fidelización del cliente.</b>	<b>2,00%</b>	1,25%	0,75%			8,9
i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio postventa.	8.i.1. Identificar las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio postventa.	1,00%	0,75%	0,25%			8,9

j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio postventa, así como sus fases y herramientas.	<b>8.j.1. Describir los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio postventa, así como sus fases y herramientas.</b>	<b>2,00%</b>	0,75%	0,25%		8,9
<b>TOTAL PORCENTAJE RAs</b>		<b>100,00%</b>				

