

	PROGRAMACIÓN			CURSO	25-26
	Departamento	Administración y gestión			
	Ciclo	Servicios Administrativos			
	Grupo	2FPB01			
	Módulo	Atención al Cliente			
	Fecha:	14/10/25	Versión:		COMPLETA
					RESUMIDA
	CÓDIGO	F-09-02	Versión 0	FECHA REVISIÓN: 01/07/2015	pág.: 1/4

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Atiende a posibles clientes, reconociendo las diferentes técnicas de comunicación.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	%	UNIDAD
1.a.Se ha analizado el comportamiento del posible cliente.	10%	1
1.b.Se han adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	2,50%	2
1.c.Se ha obtenido la información necesaria del posible cliente.	2,50%	1
1.d. Se ha favorecido la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la misma.	2,50%	1
1.e.Se ha mantenido una conversación, utilizando las fórmulas, léxico comercial y nexos de comunicación (pedir aclaraciones, solicitar información, pedir a alguien que repita y otros).	5%	1

2. Comunica al posible cliente las diferentes posibilidades del servicio, justificándolas desde el punto de vista técnico.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	%	UNIDAD
1.a. Se han analizado las diferentes tipologías de público.	2,50%	3
1.b. Se han diferenciado clientes de proveedores, y estos del	5%	3

público en general.		
1.c. Se ha reconocido la terminología básica de comunicación comercial.	2,50%	5
1.d. Se ha diferenciado entre información y publicidad.	2,50%	5
1.e. Se han adecuado las respuestas en función de las preguntas del público.	2,50%	3
1.f. Se ha informado al cliente de las características del servicio, especialmente de las calidades esperables	2,50%	4
1.g. Se ha asesorado al cliente sobre la opción más recomendable, cuando existen varias posibilidades, informándole de las características y acabados previsibles de cada una de ellas.	5%	5
1.h. Se ha solicitado al cliente que comunique la elección de la opción elegida.	5%	5

3. Informa al probable cliente del servicio realizado, justificando las operaciones ejecutadas.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	%	UNIDAD
3.a. Se ha hecho entrega al cliente de los artículos procesados, informando de los servicios realizados en los artículos.	4%	2
3.b. Se han transmitido al cliente, de modo oportuno, las operaciones a llevar a cabo en los artículos entregados y los tiempos previstos para ello.	6%	4
3.c. Se han identificado los documentos de entrega asociados al servicio o producto.	4%	3 y 4
3.d. Se ha recogido la conformidad del cliente con el acabado obtenido, tomando nota, en caso contrario, de sus objeciones, de modo adecuado.	3%	4
3.e. Se ha valorado la pulcritud y corrección, tanto en el vestir como en la imagen corporal, elementos clave en la atención al cliente.	4%	4
3.f. Se ha mantenido en todo momento el respeto hacia el cliente.	3%	4

4. Atiende reclamaciones de posibles clientes, reconociendo el protocolo de actuación.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	%	UNIDAD
4.a. Se han ofrecido alternativas al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables, exponiendo claramente los tiempos y condiciones de las operaciones a realizar, así como del nivel de probabilidad de modificación esperable.	0%	D
4.b. Se han reconocido los aspectos principales en los que incide la legislación vigente, en relación con las reclamaciones.	0%	D
4.c. Se ha suministrado la información y documentación necesaria al cliente para la presentación de una reclamación escrita, si este fuera el caso.	0%	D
4.d. Se han recogido los formularios presentados por el cliente para la realización de una reclamación.	0%	D
4.e. Se ha cumplimentado una hoja de reclamación.	0%	D
4.f. Se ha compartido información con el equipo de trabajo.	0%	D

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Cada criterio de evaluación se calificará a partir de dos instrumentos:

INSTRUMENTO	UD1	UD2	UD3	UD4
Observación	10%	10%	10%	10%
Trabajos	20%	20%	20%	20%
Pruebas escritas	70%	70%	70%	70%

RA DUALIZADO

RA 4: 4. Atiende reclamaciones de posibles clientes, reconociendo el protocolo de actuación.

UNIDADES DIDÁCTICAS

UNIDAD 1. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

1. El proceso de compraventa.
2. Las *softskills* en la atención al cliente.
3. El proceso de comunicación.
4. La comunicación verbal.
5. La comunicación no verbal.

UNIDAD 2. VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.

1. El vendedor profesional.
2. Actuación del vendedor profesional..
3. Exposición de las cualidades de los productos y servicios.

UNIDAD 3. VENTA Y SU DESARROLLO.

1. Técnicas de venta.
2. Preparación de la venta.
3. Proceso de venta.
4. Servicio posventa.
5. Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

UNIDAD 4. INFORMACIÓN AL CLIENTE (I)

1. El Cliente.
2. Información legal al cliente.

UNIDAD 5. INFORMACIÓN AL CLIENTE (II)

1. La fidelización del cliente.
2. El comportamiento de los clientes.
3. Estímulos del cliente.
4. Una experiencia diferente.
5. La digitalización y las tecnologías.
6. Documentos de entrega asociados al servicio o producto.

UNIDAD 6. TRATAMIENTO DE LAS RECLAMACIONES

1. Reclamaciones y quejas.
2. Técnicas utilizadas en la gestión de reclamaciones.
3. Gestión de quejas y reclamaciones.
4. Las reclamaciones.
5. Documentación y pruebas.
6. Cómo reclamar una compra online.
7. Normativa legal.
8. Protección del consumidor y usuario.