

	<b>PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA</b> <b>DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN.</b>	<b>Curso:</b> <b>2019/20</b>  Formación Profesional
<b>Módulo: Comunicación empresarial y atención al cliente.</b> <b>Ciclo: 1º de Grado Medio de Gestión Administrativa.</b>		

### ÍNDICE:

0. Identificación del módulo.
1. Objetivos del módulo.
2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.
3. Unidades Didácticas: organización, secuenciación y temporalización.
4. Mínimos exigibles.
5. Evaluación inicial.
6. Metodología didáctica de carácter general.
7. Procedimientos, instrumentos y criterios de evaluación.
8. Materiales didácticos para uso de los alumnos.
9. Actividades de orientación y apoyo encaminadas a la superación de los módulos profesionales pendientes.
10. Mecanismos de seguimiento y valoración que permitan potenciar los resultados positivos y subsanar las deficiencias que pudieran observarse.
11. Plan de contingencia.
12. Publicación de la programación y actividades extraescolares.

<b>Realizado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>
Profesor del módulo: Beatriz TenaMinguez	Equipo docente	Jefe de Departamento de Administración
Fecha: 16/09/2019	Fecha:	Fecha:

## 0.- IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

- Real Decreto del Título: Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre
- Orden del Currículo: 26 de julio de 2010
- Código del módulo: 0437
- Denominación: Comunicación empresarial y atención al cliente.
- Horas totales: 160
- Horas semanales: 5
- Pérdida de la evaluación continua, en horas:24

## 1.- OBJETIVOS DEL MÓDULO

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

- Recepción de visitas y atención telefónica.
- Recepción, tramitación y gestión de documentación.
- Atención al cliente/usuario.
- Elaboración, registro y archivo de documentación.
- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a la situación de atención/asesoramiento al cliente.
- La realización de las gestiones pertinentes con los departamentos afectados para consultas, reclamaciones y atención postventa.
- La tramitación de las reclamaciones y denuncias.
- La aplicación de los estándares de la calidad en la prestación del servicio.
- La aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican:

- En todos los ámbitos de la empresa, tanto interno como externo y en todo tipo de empresas, independientemente del sector al que pertenezcan.
- Especialmente, en el apoyo administrativo a las tareas que desarrollan los departamentos de Atención al cliente y Marketing en las empresas de los diferentes sectores económicos.

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

- a).- Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
- b).- Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.

- c).- Identificar y seleccionar las expresiones en lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.
- d).- Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
- e).- Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.
- f).- Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos
- o).- Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario

Así como las **competencias profesionales:**

- a).- Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- b).- Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- c).- Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa
- i).- Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución
- m).- Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo
- p).- Participar de forma activa en la vida económica, social y cultural, con una crítica y responsable.
- q).- Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
- r).- Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.

## **2.-. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

A continuación, se relatan los Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación del módulo:

**Resultado de aprendizaje nº1.-Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.

- b) Se ha distinguido entre comunicación e información.
- c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.
- e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
- f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
- g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.
- h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
- i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.

**Resultado de aprendizaje n°2.- Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.
- b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- 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.
- e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
- f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.
- h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.
- i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.

**Resultado de aprendizaje n°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:

- a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
- b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.
- d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
- f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
- g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.
- h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.
- i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
- j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.
- k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

**Resultado de aprendizaje nº4.-Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- 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.
- 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.
- d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones
- e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.

- g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
- h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
- 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.
- j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

**Resultado de aprendizaje nº5.-Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.**

Criterios de evaluación:

- 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) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
- c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.
- d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.
- e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.
- f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.
- h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.

**Resultado de aprendizaje nº6.- Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
- b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.
- d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.
- f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.

- g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.
- i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
- j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.

**Resultado de aprendizaje nº7.- Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.**

Criterios de evaluación:

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

**Resultado de aprendizaje nº8.- Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.
- b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.
- f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.
- g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.
- h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.
- i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio postventa.
- j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

### 3.-. UNIDADES DIDÁCTICAS: ORGANIZACIÓN, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

<b>Evaluación</b>	<b>U.D.</b>	<b>Título</b>	<b>Horas previstas</b>
<b>1ª Ev.</b>	Nº 1	La comunicación en la empresa	16
	Nº2	La comunicación oral en la empresa y su entorno	22
	Nº3	La comunicación telefónica en la empresa y su entorno	14
	Horas para exámenes		4
<b>2ª Ev.</b>	Nº4	La comunicación escrita en la empresa y su entorno.	22
	Nº5	La correspondencia.	8
	Nº6	El archivo y la clasificación de los documentos.	10
	Actividades de comunicación oral evaluables		10
	Horas para exámenes		4
<b>3ª Ev.</b>	Nº7	El reconocimiento de las necesidades de los clientes.	12
	Nº8	Atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones.	12
	Nº9	La imagen de la empresa	10
	Actividades de comunicación oral evaluables		10
	Horas para exámenes		6
Horas totales del módulo			160

**Los contenidos que se establecen en el currículo son:**

**Selección de técnicas de comunicación empresarial: UD 1, UD 2**

- ***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. UD1, UD2**

- Funciones del personal en la organización.
- Relación interdepartamental.
- Descripción de los flujos de comunicación.
- ***La comunicación interna 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: UD 2, UD3**

- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- ***Normas de información y atención oral.***
- ***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: UD 3, UD4 Y UD6**

- ***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, estilos y clases**
- **Formatos tipo 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 correos, 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: UD 6**

– **Archivo de la información en soporte papel:**

- **Clasificación y ordenación de documentos.**
- **Normas de clasificación: alfabética, geográfica, por materias, cronológica, decimal.**

Ventajas e inconvenientes.

- Necesidades de conservación de la documentación.
- Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo.
- Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia.
- Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.
- Clasificación de la información.
- Utilización de índices.
- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo: Normas.
- Confeción y presentación de informes procedentes del archivo.
- La purga o destrucción de la documentación.

- Confidencialidad de la información y documentación.
- Archivo de la información en soporte informático:
  - Las bases de datos para el tratamiento de la información.
  - Estructura y funciones de una base de datos.
  - Procedimientos de protección de datos.
  - Archivos y carpetas: identificación, organización, creación de accesos directos.
  - Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.

### **Reconocimiento de necesidades de clientes: UD 7**

- 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: UD 8**

- ***El departamento de atención al cliente. Funciones.***
- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias y felicitación.
- ***Elementos de una queja o reclamación.***
- ***Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.***
- El circuito de las reclamaciones.
- ***Gestión reactiva. Gestión proactiva: Anticipación a los errores, seguimiento de clientes perdidos.***
- ***El consumidor.***
- ***Instituciones de consumo: públicos 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: UD 9**

### **- *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:***

- ***La publicidad: Concepto, principios y objetivos. Publicidad ilícita, los medios, soporte y formas publicitarias.***
- ***Las relaciones públicas.***
- ***La Responsabilidad Social Corporativa***

## **Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente: UD 7 y UD8**

### **- *La calidad de 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:

- Calidad de servicios, estándares de calidad y anticipación de problemas

### **- *Evaluación y control del servicio:***

- Medición de la satisfacción y solución a problemas

- Control del servicio postventa: Procedimientos, análisis, servicios de asistencia, herramientas de gestión de relación con clientes (CRM)

### **- *Fidelización de clientes:***

- ***Elementos de fidelización como estrategia de empresa.***
- ***Fidelización efectiva.***

A lo largo del presente curso el contenido a tratar en este módulo se estructura de la siguiente forma:

## **UNIDAD 1. LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL.**

- La comunicación: definición, elementos, barreras y tipos.
- Diferencia entre comunicación e información
- La organización empresarial y sus principios.
- Tipos de organización.
- Departamentalización, el organigrama y la organización funcional, jerárquica y mixta.
- Información en la empresa, su importancia y sus fuentes.
- Flujos de comunicación en la empresa. Comunicación interna y externa.

- Eficacia en la comunicación.

## **UNIDAD 2. LA COMUNICACIÓN ORAL EN LA EMPRESA Y SU ENTORNO.**

- La comunicación oral, sus características y la manera que se realizan.
- Situaciones de comunicación presencial en la empresa y su entorno y formas de comportamiento. (diálogo, discurso, debate y entrevista)
- Principios básicos y normas a tener en cuenta en una correcta comunicación oral.
- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales (escucha activa, empatía y asertividad) y protocolo.
- La comunicación no verbal, sus elementos y la imagen personal.
- Recepción de visitas en la empresa.

## **UNIDAD 3. LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA EN LA EMPRESA Y SU ENTORNO.**

- Características de la comunicación telefónica.
- La comunicación verbal y no verbal al teléfono.
- Reglas a tener en cuenta en la atención telefónica.
- Manejo del teléfono y centralitas telefónicas.
- Barreras y dificultades en la comunicación telefónica.

## **UNIDAD 4. LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA Y SU ENTORNO.**

- La comunicación escrita en la empresa.
- Normas de comunicación, expresión escrita, ortográficas, sintácticas y de léxico en las comunicaciones escritas
- Características principales de la correspondencia comercial y abreviaturas más comunes.
- La carta comercial. Estructura, estilos y clases
- Formatos tipo 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.

## **UNIDAD 5. LA CORRESPONDENCIA.**

- Medios utilizados: El sobre. El papel. La carta.
- Registro de entrada y salida de correspondencia
- La recepción de la correspondencia.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Medios telemáticos: funciones y procedimientos.

- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

## **UNIDAD 6. EL ARCHIVO Y LA CLASIFICACIÓN DE LOS DOCUMENTOS.**

- Archivo de la información en soporte papel:
  - Necesidades de conservación de la documentación.
  - Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo.
  - Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia.
  - Sistemas de archivo y clasificación de la información.
  - Centralización o descentralización del archivo.
  - El proceso de archivo: Normas.
  - La purga o destrucción de la documentación.
- Archivo informático de datos.
- Soportes y materiales del archivo
- La protección de la información.

## **UNIDAD 7. EL RECONOCIMIENTO DE LA NECESIDADES DE LOS CLIENTES.**

- Concepto e identificación del cliente. Sus motivaciones de compra.
- 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: satisfacción/insatisfacción.
- La fidelización del cliente.
- Los procesos en contacto con el cliente externo y la gestión de la información.

## **UNIDAD 8. ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES.**

- El departamento de atención al cliente. Funciones.
- El consumidor. Instituciones de consumo: públicos y privados
- Normativa en materia de consumo.
- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias y felicitación.
- Elementos de una queja o reclamación y el circuito de las reclamaciones.
- Proceso de resolución de una reclamación ante la Administración.
- La calidad de servicio, el trato al cliente y el servicio postventa como elementos de la competitividad de la empresa
- Evaluación y control del servicio: CRM

## **UNIDAD 9. LA IMAGEN DE LA EMPRESA.**

- El marketing.
- Implantación del plan de marketing.
- La imagen corporativa.
- La publicidad: Concepto, principios y objetivos. Publicidad ilícita, los medios, soporte y formas publicitarias.
- Las relaciones públicas.
- Otras herramientas de comunicación con el cliente.
- La Responsabilidad Social Corporativa de las empresas.

No obstante, esta temporalización tiene un **carácter flexible**, por lo que se introducirán las **variaciones oportunas** para una mejor adecuación a las necesidades de los alumnos/as, **en función de las horas reales** de que se disponga a lo largo del curso, **de las características específicas del grupo y de la participación en las actividades complementarias y/o extraescolares.**

#### 4.- MÍNIMOS EXIGIBLES

Los contenidos mínimos exigibles para una evaluación positiva en el módulo se indican en **negrita**, en los apartados anteriores.

Al principio de curso el profesor explicará a los alumnos los criterios y sistemas de evaluación del módulo y se enseñará a los alumnos cómo encontrar la programación del módulo que está colgada en la página web del centro, además se les leerán los mínimos exigibles.

#### 5.- EVALUACIÓN INICIAL

Con carácter previo al inicio del desarrollo del módulo se realizará una evaluación inicial mediante la cual se pretenderá conocer el punto de partida de los alumnos, acerca de los contenidos del módulo. Servirá al profesor para orientar la elaboración de la programación didáctica y adaptarla a los resultados de esta evaluación inicial.

La prueba consistirá:

- Diversas preguntas referentes a contenidos básicos del módulo y que deberán de contestar de forma escrita.
- Redacción de un mail con diversas instrucciones.
- Preguntas para exponer y redactar su opinión sobre una cuestión que se plantea.

#### 6.- METODOLOGÍA DIDÁCTICA DE CARÁCTER GENERAL

La metodología que se pondrá en práctica en el día a día en el aula será la que se expone a continuación:

- Al principio de cada unidad, se plantearán una serie de cuestiones teórico prácticas para conocer el grado de conocimiento del alumnado sobre el

contenido a tratar en dicha Unidad Didáctica y fomentar el debate en aquellos aspectos que se consideren importantes para la consecución de las competencias personales, profesionales y sociales.

- Después de esa evaluación se avanzará en el contenido de la unidad de una forma práctica teniendo como guión los apuntes facilitados al alumnado y las explicaciones del profesor/a. Son unos apuntes que necesitan de la participación del alumnado para que sean completados, trabajando de esa forma el contenido de una forma activa por su parte e implicándose en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Junto con el trabajo y elaboración de los apuntes se realizará, casi de forma diaria, actividades que ayuden a reforzar lo aprendido y trabajar los conceptos y habilidades desde distintas perspectivas.
- En aquellas unidades con un aspecto más práctico se trabajarán diversos casos prácticos de forma individual y grupal para facilitar su comprensión.
- Al tratarse de un módulo muy conectado con la realidad se plantearán ejemplos, actividades y tareas que puedan estar relacionadas con cuestiones que están ocurriendo en la vida real.
- Consideran que es muy importante que el alumnado aprenda a trabajar de una forma cooperativa, en parejas y en grupos más numerosos se fomentará y se plantearán actividades y trabajos en grupos que lo favorezca. A lo largo del curso estos grupos variaran.
- Un gran número de actividades se tendrán que exponer en el aula. Se trabajarán diversas técnicas para hablar en público con el objetivo de adecuar el vocabulario, el tono de voz, la presencia y la soltura en la exposición, teniendo en cuenta que es el módulo de comunicación empresarial y atención al cliente.
- Se exigirá un alto grado de responsabilidad a los alumnos a la hora de entrega de las tareas, los plazos de entrega de las mismas y el compromiso con el resto de los miembros del grupo, en el caso que sean actividades grupales.
- Se recordará de forma periódica la necesidad de un consumo responsable de los recursos y suministros, al igual que un uso adecuado de los materiales que el centro pone a la disposición del alumnado.

## **7.- PROCEDIMIENTOS, INSTRUMENTOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.**

Para comprobar que el alumno/a ha alcanzado los criterios anteriormente descritos se emplearán las siguientes herramientas de evaluación:

La nota de evaluación se obtendrá ponderando las calificaciones obtenidas en los diversos controles y trabajos de la siguiente forma:

- **Exámenes Teórico-prácticos: 60 % de la nota.** Se realizará uno por trimestre. Para que la nota del examen pueda mediar con el resto de las parte evaluables, el alumno/a debe obtener al menos un 4,5 de nota.

- **Trabajos realizados de forma individual: 20 %** (se deberán entregar cuando se soliciten para que sean valorados). Se realizarán 10 actividades por trimestre y todas tendrán la misma ponderación. Los trabajos son obligatorios y se tendrán que haber entregado al menos 8 de los 10 trabajos/actividades para que pueda realizarse la media.
- **Los trabajos en grupo: 15%.** Se realizarán, siempre que sea posible, al menos 2 trabajos grupales. Aquellas personas que por cuestiones laborales no puedan llevar a cabo el trabajo con sus compañeros, lo realizarán de forma individual. Los trabajos en grupo son obligatorios y al menos tendrán que sacar un 5 para que pueda mediar con el resto de las partes evaluables.
- **Controles: 5%.** Se llevarán a cabo dos por trimestre, teniendo cada control la misma ponderación.

En el caso que no fuera posible realizar alguno de los trabajos grupales el porcentaje correspondiente se aplicará al examen.

El módulo estará aprobado cuando la suma de las diferentes partes evaluables sea un 5.

En cualquier caso, para el cálculo de la nota de la evaluación o del módulo, como las notas tienen que ser numéricas sin decimales, se redondeará por aproximación al número entero superior o inferior, siempre y cuando la nota media sea superior a 5, en caso contrario se considerará no superada la evaluación o el módulo.

El alumnado participa en el Programa de Ampliación de Lenguas Extranjeras (Inglés) y periódicamente se realizarán actividades asociadas a este programa.

Los **exámenes** se calificarán sobre diez puntos, estableciendo la puntuación de cada una de las preguntas en la hoja de examen y los criterios de calificación generales.

**Respecto a los criterios para calificar los trabajos/actividades se tendrá en cuenta:**

- En cada uno de los trabajos se informará y/o se orientará de las pautas a seguir para su resolución.
- Se establecerá la puntuación de cada una de las actividades que configuran el trabajo final.
- Las actividades y prácticas tienen la misma ponderación sobre su porcentaje correspondiente.
- Si el trabajo debe de realizarse en grupo, los contenidos y la presentación se valorará de forma global, pudiendo variar la nota de cada uno de los miembros en las habilidades demostradas en la exposición del mismo(en el caso de que sea requisito la exposición pública del trabajo). y el trabajo llevado a cabo a la hora de su elaboración.

**Si una actividad o práctica evaluable ha sido copiada por dos o más alumnos/as y había sido propuesta como actividad/práctica individual**, se calificará con 0 a todos los alumnos implicados.

**Si el profesorado tiene pruebas evidentes de que el alumnado ha copiado en un**

**examen, ese examen se calificará con 0.**

**La nota de cada evaluación será la media aritmética de la nota obtenida en cada una de las partes estipuladas.**

La nota final será la media aritmética de las calificaciones obtenidas en las tres evaluaciones. La nota mínima para superar el módulo es de 5.

Recuperaciones: Las recuperaciones se llevarán a cabo en el mes de junio y no por trimestres. Aquellos alumnos/as que tengan una evaluación pendiente tendrán que recuperar el contenido correspondiente a dicha evaluación. Aquellos alumnos/as que tengan pendiente al menos dos evaluaciones tendrán que recuperar todo el contenido del módulo en la primera convocatoria de junio. Se realizará una prueba teórico-práctica. En esta convocatoria se guardará el porcentaje correspondiente a las prácticas presentadas a lo largo del curso.

Si los alumnos/as no tenían realizadas todas las actividades/tareas planteadas a lo largo del curso se les facilitará una nueva fecha para su presentación, y que de esta forma pueda presentarse al examen de recuperación de la primera convocatoria de junio.

Aquellos alumnos/as que no aprueben el módulo en la primera convocatoria de junio tendrán que presentarse con todo el contenido del módulo a la segunda convocatoria de junio. En esta convocatoria el 100% de la nota será el examen teórico práctico a realizar. La nota final será la que obtenga en dicho examen.

El profesor podrá a disposición de todo aquel alumno/a que no haya alcanzado los objetivos antes señalados, actividades de refuerzo para la correcta asimilación de los contenidos detallados en apartado anteriores y que pueda ayudarle a superar el módulo.

Alumnos con pérdida de evaluación continua: **La asistencia a clase es obligatoria.** El porcentaje de faltas de asistencia, respecto a la duración total del módulo que determina la pérdida del derecho a la evaluación continua está explicitado en el proyecto curricular del ciclo formativo, así como el procedimiento de evaluación que se llevará a cabo en este caso (artículo 7 de la Orden de 26 de octubre de 2009), siguiendo este precepto normativo, el profesor o la profesora aplicará **el porcentaje que el proyecto curricular establezca** (el 15% de las faltas de asistencia, teniendo la obligación el profesorado de avisar al alumno o alumna cuando haya acumulado el 10% de las faltas, y en el caso de que sea menor llamará a los padres o tutores legales, quedando constancia del aviso mediante documento escrito firmado por el alumno/a y profesorado), **y llevará a cabo el procedimiento de evaluación estipulado por consenso del equipo docente.**

**Se deberá determinar también de forma concreta,** cuáles son las causas que exoneran al alumnado del cumplimiento de dicho porcentaje, teniendo en cuenta en todo caso, que las circunstancias alegadas deberán quedar convenientemente acreditadas y que la exclusión deberá ser adoptada por el equipo docente del ciclo formativo, previa petición del alumno o alumna, por ejemplo conciliar el aprendizaje con la actividad laboral, así como los deportistas que tengan la calificación de alto nivel o de alto rendimiento de acuerdo con la normativa en vigor.

-En el caso del alumnado de 1º de FPB, Ciclo formativo de Grado Medio y Ciclo formativo de Grado Superior.

**El alumnado que pierda el derecho a la evaluación continua por inasistencia sin justificación y al que se le observe un desinterés manifiesto** por no participar en las actividades propuestas, se le hará un examen en junio (en la primera convocatoria y/o en la segunda convocatoria) en el que se incluirán el 100% de los contenidos del módulo.

Sin embargo **al alumnado que por circunstancias personales no previstas en la normativa, pierda el derecho a la evaluación continua, pero se viniera observando** en las sesiones a las que asiste **una participación activa** y mostrara una actitud responsable en la medida de sus posibilidades, entregando trabajos, actividades de manera más o menos continuada, deberá de realizar un examen en la primera convocatoria de junio y/o segunda convocatoria de junio sólo de los contenidos no evaluados y no superados con anterioridad.

Repetición de exámenes: Los alumnos que, por motivos justificados (enfermedad o trabajo), no puedan asistir al total de pruebas y presentar las actividades propuestas en el día acordado, podrán presentarse a los exámenes que se realicen al final de cada evaluación y que incluirán los contenidos de la correspondiente evaluación. Así mismo podrán presentarse a las pruebas de recuperación previstas.

## **8.- MATERIALES DIDÁCTICOS PARA USO DE LOS ALUMNOS**

El seguimiento de las clases se llevará a cabo con los apuntes suministrados al alumnado a través de Google Classroom, y si no es posible, debido a problemática con Internet, a través de la red del aula. Mediante esas plataformas también se les suministrará las actividades y trabajos a realizar.

Como bibliografía complementaria se pueden consultar:

- o Páginas web relacionadas.
- o Bibliografía disponible en el departamento y en el aula.
- o Documentos varios, aportados por el profesor.

El alumno utilizará como instrumento de trabajo el ordenador y conexión a internet, el aula dispone de un ordenador por alumno.

## **9.- ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN Y APOYO ENCAMINADAS A LA SUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES PENDIENTES**

Estos alumnos/as deberán ser evaluados en la evaluación ordinaria en marzo.

A este alumnado se le facilitará los materiales teóricos y prácticos a través de los cuales se trabajara el contenido del módulo.

Se les facilitarán las actividades a realizar en cada una de las unidades con el objetivo que practiquen y profundicen en los conceptos.

Se mantendrá un contacto continuado con el alumno/a con el objetivo que resuelva sus dudas sobre la materia.

El examen se llevará a cabo en marzo y será de carácter teórico práctico. La nota final será la obtenida en dicho examen.

## **10.- MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y VALORACIÓN QUE PERMITAN POTENCIAR LOS RESULTADOS POSITIVOS Y SUBSANAR LAS DEFICIENCIAS QUE PUDIERAN OBSERVARSE**

### **Atención a la diversidad:**

Para los alumnos que hayan alcanzado los resultados de aprendizaje de las distintas unidades de trabajo se les propondrán una serie de ejercicios o actividades de ampliación que les permita alcanzar un mayor nivel en las habilidades o destrezas del módulo.

Para los alumnos que no hayan alcanzado las capacidades terminales de las distintas unidades de trabajo se les propondrán una serie de ejercicios o actividades de refuerzo que les permita alcanzar el nivel requerido en las habilidades o destrezas del módulo.

### **Seguimiento de la programación:**

Se realizará el seguimiento de la programación previsto de manera mensual en la reunión de departamento.

En cualquier caso la profesora podrá advertir desviaciones entre los contenidos programados, su secuenciación y temporalización y los contenidos realmente impartidos.

- Si las desviaciones son positivas, seguirá la programación en los términos establecidos de manera secuencial, dedicando el tiempo previsto o mayor número de horas en el caso de que fuera necesario en las unidades didácticas siguientes.
- Si el número de horas programadas es el adecuado y se concluye con anterioridad al tiempo previsto, la profesora podrá incidir en aquellos aspectos que considere más convenientes, bien por su importancia para reforzar la consecución de los resultados de aprendizaje, bien para conseguir las competencias personales y sociales.
- Si las desviaciones positivas se refieren solo a un número determinado de alumnos, la profesora les propondrá actividades de ampliación.
- Si las desviaciones son negativas, se valorará en primer lugar la consecución de los contenidos mínimos, proponiendo actividades adicionales de refuerzo.
- Si es necesario se solicitará el apoyo en el tercer trimestre de un profesor para poder atender de manera más precisa a aquellos alumnos que lo necesiten.

### **Seguimiento del aprendizaje del alumno:**

- Mediante las preguntas de clase, la observación durante la resolución de ejercicios en el aula y la realización de trabajos se vigilará la evolución y el grado de aprendizaje de cada alumno.
- A los alumnos con un mayor ritmo de trabajo se les encomendarán actividades que impliquen mayor complejidad.
- Durante cada evaluación se realizarán actividades escritas y orales en clase que

permitirán valorar el desarrollo de los aprendizajes.

#### **Seguimiento de la práctica docente:**

- El seguimiento de la programación y las anotaciones del profesor permitirán evaluar si la dinámica del curso cumple con lo previsto en la programación
- Los resultados académicos obtenidos por los alumnos en las diferentes pruebas son también un indicativo de si la labor docente del profesor es adecuada y permite a los alumnos cursar con éxito el módulo, analizando también otras variables que también pueden afectar a esos resultados académicos, como desmotivación, comportamiento, abstención, etc.

#### **Recuperación de las evaluaciones pendientes:**

- Se dedicará, antes de cada examen, un tiempo de clase para la resolución de dudas.
- El profesor indicará, a los alumnos que no hayan alcanzado los criterios de evaluación señalados en el apartado 2, qué otras actividades de refuerzo pueden realizar para la correcta asimilación de los contenidos.

### **11.- PLAN DECONTINGENCIA**

En el Departamento se dejará a disposición de un posible sustituto o de cualquier otro compañero la información, materiales didácticos, apuntes y cuaderno del profesor con los que se trabaja durante el curso con los alumnos. De esta forma, ante una circunstancia excepcional y prolongada que afecte al desarrollo normal de la actividad docente en el módulo, cualquier otro docente puede continuar la impartición de las clases desde el punto en que quedaron.

Para impartir este módulo se siguen los apuntes suministrados a los alumnos/as. En el caso que se tenga que poner en marcha el plan de contingencia, a partir de la programación del módulo se puede continuar con los apuntes según los siguientes pasos:

- Lectura atenta de la unidad didáctica.
- Esquema-Resumen de la unidad didáctica.
- Realización de todas las actividades propuestas en los apuntes en el orden que van apareciendo en la exposición de contenidos.

### **12.- PUBLICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN Y ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES.**

La programación será puesta a disposición del alumnado al inicio de curso de curso escolar en formato electrónico a través de la red del aula y del googleclassroom utilizado.

Las actividades extraescolares a desarrollar a lo largo de este curso escolar se detallan en la programación general del ciclo.

**Nota:** Las menciones genéricas en masculino que aparecen en la presente programación se entenderán referidas también a su correspondiente femenino.