



TABLA 11: Unidades de Aprendizaje
(Una por cada Unidad)

Unidad de Aprendizaje N° 1 Técnicas de comunicación institucional y promocional.		
Temporalización: 1er trimestre	Duración: 15 h.	Ponderación: 10%

Objetivos Generales	Competencias
l) y r)	l) y q)
Resultados de Aprendizaje	
RA 1: Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	
Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas. • Relación de las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control. • Identificación de la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad. • Relación de los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan. • Identificación de los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama. • Diferenciación de los procesos de comunicación internos formales e informales. • Valoración de la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado. 	<p>Las organizaciones empresariales. Características jurídicas, funcionales y organizativas.</p> <p>Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos.</p> <p>Tipología de las organizaciones. Organigramas.</p> <p>Las relaciones humanas y laborales en la empresa.</p> <p>Dirección en la empresa. Funciones de la dirección. Estilos de mando: dirección y/o liderazgo. Teorías y enfoques del liderazgo.</p> <p>Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.</p> <p>La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.</p> <p>Elementos y barreras de la comunicación. Calidad del servicio y atención de demandas. Métodos de valoración. Normas de calidad aplicables.</p> <p>Comunicación, información y comportamiento. Procesos y sistemas de información en las organizaciones.</p> <p>La comunicación externa en la empresa. Efectos de la imagen corporativa en las comunicaciones formales.</p> <p>La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.</p>



<ul style="list-style-type: none"> • Relación del proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma. • Identificación del objetivo de la comunicación externa y las actividades que debe llevar a cabo la empresa para crear una buena imagen corporativa. • Identificación de los aspectos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización. 	
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none"> • Rigurosidad en la identificación de las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control. • Importancia de seleccionar el tipo adecuado de proceso de comunicación interno. • Importancia de la calidad en el servicio prestado. • Valoración de la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales. • Importancia de la responsabilidad social corporativa. 	
Tareas y Actividades	
<ul style="list-style-type: none"> • Se explicarán los tipos de instituciones empresariales, los tipos de organizaciones, la estructura organizativa de las empresas. • Se explicarán las funciones de los distintos departamentos. • Se realizarán actividades para diferenciar al cliente interno del cliente externo. • Se realizarán actividades para diferenciar la comunicación interna formal de la informal. • Se explicará la importancia de cuidar la imagen corporativa y se realizarán actividades para trabajar los elementos que influyen en la imagen de la empresa. 	
Criterios de Evaluación	% IE



a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.	5	Tarea práctica individual.
b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.	10	Examen práctico.
c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.	15	Tarea práctica individual.
d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.	10	Examen práctico.
e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.	5	Examen práctico.
f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.	5	Examen práctico.
g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.	15	Trabajo grupal.
h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.	10	Examen práctico.
i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.	10	Trabajo grupal.
j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.	15	Examen práctico.
Recursos		
Aula con ordenador del profesor. Pantalla de proyección.		
Observaciones		



Unidad de Aprendizaje Nº 2 Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales.		
Temporalización: 1er trimestre	Duración: 15 h.	Ponderación: 10%

Objetivos Generales	Competencias
l) y r)	l) y q)

Resultados de Aprendizaje

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

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los elementos y las etapas de un proceso de comunicación. • Aplicación de las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica. • Aplicación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. • Identificación de los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación identificación y realización de la misma. • Identificación de las técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas. • Detección de las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias. • Utilización del léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores. • Aplicación de los elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos. 	<p>Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.</p> <p>Principios básicos en las comunicaciones orales.</p> <p>Técnicas de comunicación oral: empatía, asertividad, escucha activa, sonrisa y proxemia, entre otras.</p> <p>Tratamiento de distintas categorías de llamadas. Enfoque y realización de llamadas de consultas o reclamaciones.</p> <p>Formas de comunicación oral.</p> <p>Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión y despedida.</p> <p>La comunicación telefónica. Proceso y partes intervinientes. Identificación de los interlocutores.</p> <p>Filtrado de llamadas. Recogida y transmisión de mensajes. La centralita. Uso del listín telefónico.</p> <p>Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.</p> <p>Barreras de la comunicación verbal y no verbal.</p> <p>Componentes de la atención telefónica: voz, timbre, tono, ritmo, silencios y sonrisa, entre otros. Expresiones adecuadas.</p> <p>Realización de entrevistas.</p>



<ul style="list-style-type: none"> • Transmisión de la información con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad. • Detección de los errores cometidos y propuesta de las acciones correctoras necesarias. 	<p>La videoconferencia. Realización de presentaciones. Aplicación de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las presentaciones.</p> <p>Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.</p> <p>La cortesía en las comunicaciones telefónicas. Preparación y realización de llamadas.</p>		
<p>Aspectos del Saber Estar</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Rigurosidad en la aplicación de las técnicas de comunicación oral presencial y telefónica. • Rigurosidad en la aplicación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. • Importancia de la calidad en la realización y recepción de llamadas telefónicas. • Valoración de la importancia de la transmisión de la imagen corporativa. • Rigurosidad en la utilización del léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores. • Rigurosidad en la valoración de la claridad, la estructura, la precisión, la cortesía, el respeto y la sensibilidad de la información. 	<p>Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor. Administración de llamadas. Realización de llamadas efectivas.</p>		
<p>Tareas y Actividades</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Se explicarán los elementos y las etapas de un proceso de comunicación. • Se analizará la relación entre las costumbres socioculturales y la imagen corporativa. • Se explicarán las técnicas de comunicación oral presencial y no presencial, así como las pautas para realizar y recibir una llamada telefónica y sus distintas fases. • Se realizarán actividades para poner en práctica las pautas a seguir en las llamadas telefónicas. • Se realizarán actividades para detectar las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y encontrar posibles soluciones. 			
<p>Criterios de Evaluación</p>	<table> <tr> <td data-bbox="986 1966 1066 2011">%</td> <td data-bbox="1066 1966 1385 2011">IE</td> </tr> </table>	%	IE
%	IE		



a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.	5	Trabajo grupal.
b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.	5	Examen práctico.
c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	10	Examen práctico.
d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.	10	Examen práctico.
e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.	5	Tarea práctica individual.
f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.	15	Trabajo grupal.
g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.	10	Examen práctico.
h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.	15	Examen práctico.
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.	10	Trabajo grupal.
j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.	15	Tarea práctica individual.
Recursos		
Aula con ordenador del profesor. Pantalla de proyección.		
Observaciones		



Unidad de Aprendizaje Nº 3 Elaboración de documentos profesionales escritos.		
Temporalización: 1er trimestre	Duración: 18 h.	Ponderación: 10%

Objetivos Generales	Competencias
k) y l)	k) y l)

Resultados de Aprendizaje

RA 3: Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos. • Distinción de los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad. • Identificación del destinatario, observando las debidas normas de protocolo. • Distinción de las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional. • Redacción de documentos utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida. • Manejo de las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección. • Publicación de documentos con herramientas de la web 2.0. • Adecuación de la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo. • Uso de la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas. 	<p>Técnicas de comunicación escrita: fax, correo electrónico, mensajería instantánea, correo postal, otros.</p> <p>Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos: informes, cartas, presentaciones escritas, actas, solicitudes, oficios y memorandos, entre otros.</p> <p>Normas de comunicación y expresión escrita.</p> <p>La comunicación escrita en la empresa. Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional.</p> <p>Técnicas y normas gramaticales. Normas de corrección ortográfica. Técnicas de sintetización de contenidos. Riqueza de vocabulario en los documentos. Siglas y abreviaturas.</p> <p>Herramientas para la corrección de textos: diccionarios, gramáticas, sinónimos y antónimos, entre otras.</p> <p>Herramientas informáticas para la corrección de textos.</p> <p>Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La "netiqueta".</p> <p>Estilos de redacción. Pautas de realización.</p> <p>Normativa de protección de datos y conservación de documentos.</p>



<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar) en la elaboración de la documentación. • Aplicación de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones. 			
Aspectos del Saber Estar			
<ul style="list-style-type: none"> • Rigurosidad en la distinción de los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad. • Rigurosidad en la redacción del tipo de documento adecuado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida. • Rigurosidad en la adecuación de la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo. • Valoración de la importancia de la imagen corporativa para las organizaciones. 			
Tareas y Actividades			
<ul style="list-style-type: none"> • Se explicarán los canales existentes para transmitir los documentos escritos y los tipos de documentos escritos utilizados en la empresa. • Se elaborarán documentos escritos del entorno empresarial. • Se elaborarán documentos escritos formales haciendo uso de aplicaciones informáticas. • Se explicará la normativa de protección de datos. • Se explicarán las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar) en la elaboración de documentación. • Se realizarán actividades sobre la imagen corporativa que transmite la empresa. 			
Criterios de Evaluación	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="987 1823 1066 1868">%</td> <td data-bbox="1066 1823 1390 1868">IE</td> </tr> </table>	%	IE
%	IE		



a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.	5	Examen práctico.
b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.	10	Examen práctico.
c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.	5	Trabajo grupal.
d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.	10	Trabajo grupal.
e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.	15	Actividad práctica individual.
f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.	10	Actividad práctica individual.
g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.	10	Actividad práctica individual.
h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.	5	Actividad práctica individual.
i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.	10	Actividad práctica individual.
j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).	5	Actividad práctica individual.
k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.	15	Trabajo grupal.
Recursos		
Aula con ordenador del profesor. Pantalla de proyección.		
Observaciones		



Unidad de Aprendizaje Nº 4 Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información.		
Temporalización: 2º trimestre	Duración: 20 h.	Ponderación: 15%

Objetivos Generales	Competencias
a) k) y n)	a) k) y n)
Resultados de Aprendizaje	
RA 4: Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.	
Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos. • Identificación de las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita. • Selección del medio de transmisión en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad. • Identificación de los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar. • Análisis de las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional. • Selección del sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos. • Reconocimiento de los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación. 	<p>La recepción, envío y registro de la correspondencia: libros de entrada y salida en papel o en soporte informático.</p> <p>Ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.</p> <p>Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.</p> <p>Sistemas de archivo. Convencionales. Informáticos.</p> <p>Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.</p> <p>Técnicas de archivo: naturaleza. Finalidad del archivo. El proceso de archivo.</p> <p>Clasificación de la información. Archivo de documentos.</p> <p>Centralización o descentralización del archivo.</p> <p>Clasificación y ordenación de documentos. Normas de clasificación.</p> <p>Ventajas e inconvenientes.</p> <p>Captación, elaboración de datos y custodia.</p> <p>Custodia y protección del archivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La purga o destrucción de la documentación. - Confidencialidad de la información y documentación. - Procedimientos de protección de datos. <p>Configuración de la cuenta de correo electrónico.</p>



<ul style="list-style-type: none">• Aplicación de los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).• Registro de los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.• Realización de la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.	<p>Uso de las herramientas de gestión de la aplicación de correo electrónico.</p> <p>Contratación de direcciones de correo e impresión de datos.</p> <p>Las bases de datos para el tratamiento de la información.</p> <p>La firma digital en el correo electrónico.</p>		
Aspectos del Saber Estar			
<ul style="list-style-type: none">• Rigurosidad en la identificación de los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.• Rigurosidad en la selección del medio de transmisión en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.• Rigurosidad en la selección del sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.• Valoración de la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.			
Tareas y Actividades			
<ul style="list-style-type: none">• Se explicará la finalidad del archivo y los tipos de archivo empresariales.• Se explicarán los distintos sistemas de clasificación de la documentación.• Se realizarán actividades para clasificar y archivar documentos en función de la información.• Se explicará la recepción y archivo de documentación digital, así como los medios telemáticos de transmisión de la información.• Se explicarán las normas de conservación y uso de documentos escritos, y de gestión de datos en soporte informático.• Se realizarán actividades para aplicar los conocimientos adquiridos sobre la gestión de la documentación.• Se explicará el tratamiento de la correspondencia empresarial y la firma digital.			
Criterios de Evaluación		%	IE



a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.	10	Trabajo grupal.
b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.	5	Trabajo grupal.
c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.	15	Trabajo grupal.
d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.	10	Tarea práctica individual.
e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.	5	Trabajo grupal.
f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.	10	Examen práctico.
g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.	5	Tarea práctica individual.
h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	15	Trabajo grupal.
i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.	15	Tarea práctica individual.
j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.	5	Tarea práctica individual.
k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.	5	Trabajo grupal.
Recursos		
Aula con ordenador del profesor. Pantalla de proyección.		
Observaciones		



Unidad de Aprendizaje Nº 5 Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente.		
Temporalización: 2º trimestre	Duración: 24 h.	Ponderación: 20%

Objetivos Generales	Competencias
j) l) n) y r)	j) l) n) y q)

Resultados de Aprendizaje

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

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. • Identificación de las fases que componen el proceso de atención al cliente/ consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. • Análisis de las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario. • Obtención de información histórica del cliente. • Aplicación de la actitud en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. • Análisis y solución de los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario. 	<p>Habilidades sociales en la atención al cliente.</p> <p>Fases del proceso de atención al cliente.</p> <p>Canales de comunicación con el cliente.</p> <p>Técnicas de atención al cliente: dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.</p> <p>El cliente: sus tipos.</p> <p>Sistemas de información y bases de datos (herramientas de gestión de la relación con el cliente -CRM-).</p> <p>Procedimientos de obtención y recogida de información.</p> <p>Variables que influyen en la atención al cliente/usuario.</p> <p>Relaciones públicas.</p> <p>Posicionamiento e imagen de marca.</p> <p>Errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.</p>
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de la actitud según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones. • Adecuación de la actitud en la atención y asesoramiento a un 	



cliente en función del canal de comunicación utilizado.

Tareas y Actividades

- Se explicarán los tipos de clientes y sus motivaciones.
- Se explicará la obtención de información histórica del cliente y el funcionamiento de un CRM.
- Se explicarán las técnicas de comunicación comercial y las habilidades sociales necesarias para atender a los clientes.
- Se realizarán actividades para poner en práctica los conocimientos adquiridos y lograr una atención al cliente de calidad.
- Se explicarán los errores más habituales al atender a la clientela y la forma de solucionarlos.
- Se explicarán los canales habituales de comunicación comercial.

Criterios de Evaluación

%

IE

a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.

15

Examen práctico.

b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/ consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.

10

Examen práctico.

c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.

15

Examen práctico.

d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.

20

Trabajo grupal.

e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.

10

Trabajo grupal.

f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.

15

Examen práctico.

g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.

15

Trabajo grupal.

Recursos

Aula con ordenador del profesor.
Pantalla de proyección.

Observaciones



Unidad de Aprendizaje Nº 6 Gestión de consultas, quejas y reclamaciones.		
Temporalización: 3er trimestre	Duración: 24 h.	Ponderación: 20%

Objetivos Generales	Competencias
j) k) y r)	j) k) y q)

Resultados de Aprendizaje

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

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Descripción de las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. • Aplicación de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. • Interpretación de la comunicación recibida por parte del cliente. • Relación de los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. • Distinción de los tipos de demanda o reclamación. • Gestión de la información que hay que suministrar al cliente. • Diseño de los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. • Redacción de escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. • Aplicación de la normativa en materia de consumo. 	<p>Funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>Actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</p> <p>El rol del consumidor y/o usuario.</p> <p>Elementos y fases de una queja/reclamación.</p> <p>Mediación y arbitraje: concepto y características.</p> <p>Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La mediación: - Personas físicas o jurídicas que intervienen. - Requisitos exigibles. - Aspectos formales. - Procedimiento. <p>Tipos de reclamaciones.</p> <p>Tramitación y gestión: proceso de tramitación, plazos de presentación, órganos o entes intervinientes.</p> <p>Documentos necesarios o pruebas en una reclamación. Configuración documental de la reclamación. Normativa reguladora de las reclamaciones.</p>
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none"> • Valoración de la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. 	<p>El arbitraje de consumo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Legislación aplicable. - Las juntas arbitrales. - Organigrama funcional. - Personas físicas o jurídicas que intervienen. - Procedimiento. <p>La protección del consumidor y/o usuario.</p>



- Rigurosidad en la interpretación de la comunicación recibida por parte del cliente.
- Valoración de la importancia de la protección del consumidor.
- Rigurosidad la aplicación de la normativa en materia de consumo.

Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios.

Instituciones y organismos de protección al consumidor:

- Entes públicos.
- Entes privados.

La defensa del consumidor: legislación europea, estatal y autonómica.

Tareas y Actividades

- Se explicarán las funciones del departamento de atención al cliente.
- Se realizarán actividades para gestionar la información que se debe proporcionar a los clientes.
- Se explicarán los elementos de una reclamación y los pasos a seguir para su resolución.
- Se elaborarán reclamaciones y escritos de respuesta utilizando medios electrónicos.
- Se explicarán cuáles son los organismos de protección del consumidor, y los mecanismos de la mediación y el arbitraje de consumo.
- Se realizarán actividades para reconocer los derechos del consumidor y comprender los organismos competentes para tramitar las reclamaciones.

Criterios de Evaluación

%

IE

a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.

10

Examen práctico.

b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.

15

Tarea práctica individual.

c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.

10

Trabajo grupal.

d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.

15

Tarea práctica individual.

e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.

5

Tarea práctica individual.

f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.

5

Trabajo grupal.

g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.

10

Trabajo grupal.

h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.

15

Examen práctico.

i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.

5

Tarea práctica individual.

j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.

10

Trabajo grupal.

Recursos

Aula con ordenador del profesor.

Pantalla de proyección

Observaciones



Unidad de Aprendizaje N° 7 Organización del servicio posventa.		
Temporalización: 3er trimestre	Duración: 16 h.	Ponderación: 15%

Objetivos Generales	Competencias
j) y r)	j) y q)

Resultados de Aprendizaje

RA 7: Organiza el servicio posventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de las actividades posteriores a la venta. • Identificación de las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa. • Aplicación de los métodos de control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente los sistemas gestores de bases de datos. • Distinción de los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa. • Aplicación de las herramientas de gestión de un servicio posventa. • Descripción de las fases del procedimiento de relación con los clientes. • Descripción de los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. • Detección y solución los errores producidos en la prestación del servicio. 	<p>El valor de un producto o servicio para el cliente y su servicio posventa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valor de compra. - Valor de uso. - Valor final. <p>Tipos de servicio posventa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Servicios técnicos: instalación, mantenimiento y reparación. - Servicios a los clientes: asesoramiento y tratamiento de quejas. <p>Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tormenta de ideas. - Análisis del valor. - Árboles de estructuras. - Diagramas de causa-efecto. - Flujogramas. - Métodos del registro de datos. - Gráficos e histogramas. - Gráficos de control. <p>Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa: planificación, aplicación, control y mejora.</p> <p>Herramientas de gestión de un servicio posventa.</p> <p>El proceso posventa y su relación con otros procesos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Información de entrada: necesidades y expectativas de los clientes, situación de la competencia, plan estratégico de calidad, el producto o servicio vendido, características y alcance de los productos y servicios, instrucciones sobre el producto, información de periodos anteriores, garantía de calidad y recursos disponibles. - Información de salida: producto apto para el uso, usuario preparado para el consumo del bien, grado de satisfacción del cliente, solución a una queja o
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none"> • Valoración de la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales. • Rigurosidad la aplicación de los métodos de control de calidad del servicio posventa y los 	



<p>elementos que intervienen en la fidelización del cliente los sistemas gestores de bases de datos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rigurosidad en la descripción de los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. 	<p>inconformidad, información para el control de los procesos, valoración de los productos y de los procesos, deficiencias del producto o servicio y oportunidades de mejora.</p> <p>La gestión de la calidad en el proceso del servicio posventa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Calidad interna. - Calidad externa. <p>Errores producidos en la prestación del servicio.</p>
--	--

Tareas y Actividades

- Se explicará la importancia del servicio posventa para las empresas.
- Se realizarán actividades para reconocer las funciones del servicio posventa.
- Se realizarán actividades para trabajar las herramientas de gestión de la calidad del servicio posventa.
- Se explicarán los errores que se pueden producir en la prestación del servicio posventa y cómo se han de solucionar.
- Se realizarán actividades para detectar los errores producidos en la prestación del servicio y su posible solución.

Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.	5	Tarea práctica individual.
b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.	5	Examen práctico.
c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.	10	Examen práctico.
d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.	20	Trabajo grupal.
e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.	5	Examen práctico.
f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.	10	Tarea práctica individual.
g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	10	Examen práctico.
h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	5	Tarea práctica individual.
i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.	15	Trabajo grupal.
j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	15	Trabajo grupal.

Recursos



Aula con ordenador del profesor.
Pantalla de proyección.

Observaciones