

TABLA 11: Unidades de Aprendizaje

Unidad de Aprendizaje Nº 1 Selección de técnicas de comunicación empresarial.		
Temporalización: 1er Trimestre	Duración: 32 horas	Ponderación: 15%

Objetivos Generales	Competencias
<p>a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa.</p> <p>b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa.</p>	<p>a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas.</p> <p>p) Participar en las actividades de la empresa.</p>

Resultados de Aprendizaje	
<p>RA1- Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.</p>	
Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de la necesidad de las relaciones humanas y laborales en la empresa. - Distinción entre comunicación e información y comportamiento. - Distinción entre los elementos de la comunicación. - Diferenciación entre las barreras de comunicación. - Determinación para la descripción de los flujos de comunicación. - Identificación de los conceptos de imagen corporativa y comunicación externa. - Diferenciación de los principios y tipos de organización empresarial. - Distinción de la comunicación interna y externa en la empresa y la descripción de los flujos de comunicación. - Selección del tipo de organización empresarial y los modelos de organización 	<ul style="list-style-type: none"> - Selección de técnicas de comunicación empresarial. - Las relaciones humanas y laborales en la empresa. - Comunicación e información y comportamiento. - Elementos de la comunicación. - Barreras en la comunicación. - Descripción de los flujos de comunicación. - La imagen corporativa y la comunicación externa. - Principios y tipos de organización empresarial. - La comunicación interna en la empresa. La comunicación externa en la empresa. Descripción de los flujos de comunicación. - La organización empresarial. Organigramas.
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la necesidad de las relaciones humanas y laborales en la empresa. - Rigurosidad en la diferenciación entre las barreras de comunicación. - Rigurosidad en la determinación para la descripción de los flujos de comunicación. - Importancia de la identificación de los conceptos de imagen y comunicación externa. 	

<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la distinción de las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. 																			
Tareas y Actividades																			
<ul style="list-style-type: none"> - Lectura de casos prácticos para seleccionar las técnicas de comunicación adecuadas. - Por equipos, el alumnado buscará información de los obstáculos en un proceso de comunicación - Actividad para distinguir los elementos y procesos en la comunicación. - Búsqueda de información para mejorar la forma y actitud para presentar el mensaje. - Trabajo sobre los tipos de comunicación y casos prácticos. - Ejercicios prácticos y preguntas cortas. - Prueba práctica de los criterios de evaluación que tienen examen práctico. 																			
Criterios de Evaluación	<table> <tr> <th data-bbox="1094 595 1166 640">%</th><th data-bbox="1166 595 1414 640">IE</th></tr> </table>	%	IE																
%	IE																		
<ul style="list-style-type: none"> 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. 	<table> <tr> <td data-bbox="1094 640 1166 685">15%</td><td data-bbox="1166 640 1414 685">Tarea p. individual</td></tr> <tr> <td data-bbox="1094 685 1166 730">10%</td><td data-bbox="1166 685 1414 730">Examen práctico</td></tr> <tr> <td data-bbox="1094 730 1166 775">15%</td><td data-bbox="1166 730 1414 775">Tarea p. individual</td></tr> <tr> <td data-bbox="1094 775 1166 819">10%</td><td data-bbox="1166 775 1414 819">Trabajo grupal</td></tr> <tr> <td data-bbox="1094 819 1166 864">5%</td><td data-bbox="1166 819 1414 864">Tarea p. individual</td></tr> <tr> <td data-bbox="1094 864 1166 909">10%</td><td data-bbox="1166 864 1414 909">Examen práctico</td></tr> <tr> <td data-bbox="1094 909 1166 954">10%</td><td data-bbox="1166 909 1414 954">Examen práctico</td></tr> <tr> <td data-bbox="1094 954 1166 999">15%</td><td data-bbox="1166 954 1414 999">Examen práctico</td></tr> <tr> <td data-bbox="1094 999 1166 1043">10%</td><td data-bbox="1166 999 1414 1043">Examen práctico</td></tr> </table>	15%	Tarea p. individual	10%	Examen práctico	15%	Tarea p. individual	10%	Trabajo grupal	5%	Tarea p. individual	10%	Examen práctico	10%	Examen práctico	15%	Examen práctico	10%	Examen práctico
15%	Tarea p. individual																		
10%	Examen práctico																		
15%	Tarea p. individual																		
10%	Trabajo grupal																		
5%	Tarea p. individual																		
10%	Examen práctico																		
10%	Examen práctico																		
15%	Examen práctico																		
10%	Examen práctico																		
Recursos																			
<ul style="list-style-type: none"> - Aula-taller con ordenadores para cada alumno de clase. - Pantalla de proyección. - Libro de texto para los alumnos- "Comunicación empresarial y atención al cliente"- Editorial- Mc Graw Hill. - Libros de consulta- Editoriales: Paraninfo y Editex. - Apuntes profesora. 																			
Observaciones																			

Unidad de Aprendizaje Nº 2 Transmisión de comunicación oral en la empresa

Temporalización: 1er Trimestre

Duración: 43 horas

Ponderación: 15 %

Objetivos Generales	Competencias
ñ) 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.	<p>l) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su correspondiente.</p> <p>r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>

Resultados de Aprendizaje

RA2- Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales de la empresa.

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal. - Identificación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. - Determinación de las costumbres socioculturales y los usos empresariales. - Identificación del interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte. - Elaboración del mensaje verbal de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. - Utilización del léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicado y a los interlocutores. - Presentación del mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado. - Utilización de equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso. - Valoración de si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad. - Identificación de los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias. 	<ul style="list-style-type: none"> - La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa - El protocolo en la comunicación verbal y no verbal. - Los usos empresariales. - Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo. - Las barreras en la transmisión. - Principios básicos en las comunicaciones orales. - La comunicación no verbal. - La comunicación telefónica. El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listón telefónico. - Normas de información y atención oral. - Comunicaciones en las recepción de visitas, acogida, identificación, gestión, despedida.

Aspectos del Saber Estar		
<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la identificación de los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal. - Rigurosidad en la identificación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. - Rigurosidad en la elaboración del mensaje verbal de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. - Rigurosidad en la identificación de los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias. 		
Tareas y Actividades		
<ul style="list-style-type: none"> - Lectura de casos prácticos para seleccionar las técnicas de comunicación oral adecuadas. - Por equipos, practicar la elaboración del mensaje oral. - Actividad sobre protocolo de saludo en otras culturas. - Trabajo sobre los tipos la transmisión oral de información y casos prácticos. - Ejercicios prácticos y preguntas cortas. - Pruebas prácticas de los criterios de evaluación que tienen examen práctico. 		
Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	15%	Examen práctico
b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	10%	Trabajo grupal
c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	10%	Tarea p. individual
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.	5%	Trabajo grupal
e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.	10%	Tarea p. individual
f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.	10%	Examen práctico
g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	10%	Tarea p. individual
h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	10%	Tarea p. individual
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.	10%	Tarea p. individual
j) Se han analizado los errores cometido y propuesto las acciones correctivas necesarias.	10%	Examen práctico
Recursos		
<ul style="list-style-type: none"> - Aula-taller con ordenadores para cada alumno de clase. - Pantalla de proyección. - Libro de texto para los alumnos- "Comunicación empresarial y atención al cliente"- Editorial- Mc Graw Hill. - Libros de consulta- Editoriales: Paraninfo y Editex. - Apuntes profesora. 		

Observaciones

Unidad de Aprendizaje N° 3 Transmisión de comunicación escrita en la empresa		
Temporalización: 2º Trimestre	Duración: 36 horas	Ponderación: 20 %

Objetivos Generales	Competencias
<ul style="list-style-type: none"> b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos. d) Analizar 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. ñ) 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. 	<ul style="list-style-type: none"> 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. 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. r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

Resultados de Aprendizaje

RA3- Transmite información escrita, aplicando técnicas de etilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los soportes para elaborar y transmitir los documentos. - Identificación de los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. - Diferenciación de los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad. - Identificación del destinatario observando las debidas normas de protocolo. - Clasificación de las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. - Redacción del documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en 	<ul style="list-style-type: none"> - La comunicación escrita en la empresa. - Normas de comunicación y expresión escrita. - Características principales de la correspondencia comercial. - La carta comercial. Estructura, estilos y clases. - Formatos tipo, de documentos de uso en la empresa y en las administraciones públicas. - Medios y equipos ofimáticos y telemáticos. - El correo electrónico. - La recepción, envío y registro de la correspondencia. - Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería. - Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

<p>función de su finalidad y de la situación de partida.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. - Utilización de las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. - Cumplimentación de los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional. - Utilización de la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas. - Aplicación de la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar). 	
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la identificación de los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. - Importancia de la diferenciación de los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad. - Valoración de la clasificación de las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. - Rigurosidad en la redacción del documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. - Adecuación de la actitud en la utilización de las aplicaciones de procesamiento de textos o autoedición. - Importancia de la utilización de la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas o privadas. 	
Tareas y Actividades	
<ul style="list-style-type: none"> - Tarea de creación de hojas de registro de correspondencia y paquetería. - Ejercicio de práctica de entrada y salida de correspondencia y su registro. - Pruebas teóricas de conocimientos sobre soportes y canales más adecuados para la comunicación escrita en función de su rapidez, seguridad y confidencialidad. - Tareas práctica de elaboración de documentos. - Tareas práctica de utilización de procesadores de texto. - Trabajo de investigación para poner en práctica el uso de las herramientas de búsqueda de información. - Ejercicios y preguntas cortas de contenidos teóricos. 	

Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.	5%	Tarea p. individual
b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	10%	Examen teórico
c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.	5%	Examen teórico
d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	10%	Examen teórico
e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.	15%	Examen teórico
f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.	10%	Tarea p. individual
g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	10%	Tarea p. individual
h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.	5%	Tarea p. individual
i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	10%	Tarea p. individual
j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	10%	Tarea de inv. individual
k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	10%	Trabajo de investigación grupal
Recursos		
<ul style="list-style-type: none"> - Aula-taller con ordenadores para cada alumno de clase. - Pantalla de proyección. - Libro de texto para los alumnos- "Comunicación empresarial y atención al cliente"- Editorial- Mc Graw Hill. - Libros de consulta- Editoriales: Paraninfo y Editex. - Apuntes profesora. 		
Observaciones		

Unidad de Aprendizaje Nº 4 Archivo de la información en soporte papel e informático.

Temporalización: 2º Trimestre

Duración: 25 horas

Ponderación: 16 %

Objetivos Generales	Competencias
f) Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.	c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetro establecidos en la empresa. q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.

Resultados de Aprendizaje

RA4- Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro de los trámites administrativos.

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> - Descripción para organizar la información y los objetivos que se persiguen. - Diferenciación de 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. - Identificación de 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. - Identificación de las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones. - Elaboración del sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. - Realización de árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. - Aplicación de las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). - Identificación de los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. - Aplicación de los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos 	<p>Archivo de información en soporte papel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clasificación y ordenación de documentos. - Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes. - 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. - Centralización o descentralización del archivo. - Proceso de archivo. - Confección y presentación de informes procedentes del archivo. - La purga o destrucción de la documentación. - Confidencialidad de la información y documentación. <p>Archivo de la información en soporte informático:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. - Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.

físicos como en bases de datos informáticas. <ul style="list-style-type: none">- Aplicación en la elaboración y archivo de la documentación las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).		
Aspectos del Saber Estar		
<ul style="list-style-type: none">- Importancia de la descripción para organizar la información y los objetivos que se persiguen.- Rigurosidad en la diferenciación de 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.- Rigurosidad en la aplicación de los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como de datos informáticas.		
Tareas y Actividades		
<ul style="list-style-type: none">- Preguntas cortas teóricas de los contenido evaluados mediante examen teórico.- Tareas prácticas relacionadas con el archivo a través de soporte digital.- Tareas practicas relacionadas con el archivo a través de soporte en papel- Tareas prácticas de reconocimiento de los procedimientos de consulta y conservación de documentos.- Ejercicios de reconocimiento de los errores cometidos en el proceso de archivo.- Tarea grupal referente a la LOPD.		
Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	10%	Examen teórico
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.	10%	Examen teórico
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.	10%	Tarea p. individual.
d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.	10%	Trabajo p. individual
e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	20%	Examen teórico
f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.	10%	Tarea de inv. individual
g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	10%	Tarea grupal
h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.	5%	Tarea p. individual
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	10%	Tarea p. grupal
j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	5%	Trabajo de inv. grupal

Recursos
<ul style="list-style-type: none"> - Aula-taller con ordenadores para cada alumno de clase. - Pantalla de proyección. - Libro de texto para los alumnos- “Comunicación empresarial y atención al cliente”- Editorial- Mc Graw Hill. - Libros de consulta- Editoriales: Paraninfo y Editex. - Apuntes profesora.
Observaciones

Unidad de Aprendizaje Nº 5 Reconocimiento de necesidades de clientes.**Temporalización:** 2º Trimestre**Duración:** 26 horas**Ponderación:** 16%

Objetivos Generales	Competencias
<ul style="list-style-type: none">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.ñ) 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.r) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.	<ul style="list-style-type: none">a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas.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.r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización

Resultados de Aprendizaje**RA5- Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.**

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 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.- Reconocimiento de los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.- Identificación del comportamiento del cliente.- Análisis de las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.- Obtención de la información histórica del cliente.- Adecuación a la actitud y discurso de la situación de la que se parte.- Observación de la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.- Distinción de las distintas etapas de un proceso.	<ul style="list-style-type: none">- 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.
Aspectos del Saber Estar	

<ul style="list-style-type: none">- Rigurosidad en la aplicación de técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.- Rigurosidad en la identificación de las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.- Importancia del reconocimiento de los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.- Rigurosidad en el análisis de las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.- Importancia de la distinción de las distintas etapas de un proceso.			
Tareas y Actividades			
<ul style="list-style-type: none">- Tareas prácticas de comunicación con el cliente, desarrollando técnicas adecuada a cada situación.- Revisar errores de comunicación y buscar técnicas de corrección y mejora.- Ejercicios para la detección de necesidades de los clientes así como las motivaciones de compra.- Tareas prácticas de detección de motivaciones de compra.- Ejercicios prácticos y preguntas cortas			
Criterios de Evaluación		%	IE
a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones atención/asesoramiento al mismo.		10%	Trabajos de investigación individual Tarea p. individual
b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.		10%	
c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.		10%	Tarea p. individual. Examen práctico.
d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.		10%	
e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.		10%	Examen práctico
f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.		10%	Elaboración doc. Trabajo de inv. colectivo
g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso de la situación de la que se parte.		10%	
h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.		20%	Examen teórico
i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.		10%	Trabajo inv. Individual.
Recursos			
<ul style="list-style-type: none">- Aula-taller con ordenadores para cada alumno de clase.- Pantalla de proyección.- Libro de texto para los alumnos- “Comunicación empresarial y atención al cliente”- Editorial- Mc Graw Hill.- Libros de consulta- Editoriales: Paraninfo y Editex.- Apuntes profesora.			
Observaciones			

Unidad de Aprendizaje Nº 6 Atención de consultas, quejas y reclamaciones.

Temporalización: 3er Trimestre

Duración: 15 horas

Ponderación: 6%

Objetivos Generales	Competencias
<p>ñ) 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.</p> <p>r) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.</p>	<p>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.</p> <p>r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización</p>

Resultados de Aprendizaje

RA6- Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.

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. - Interpretación de la comunicación recibida por parte del cliente. - Identificación de los elementos de la queja/reclamación. - Reconocimiento de las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. - Identificación y localización de la información que hay que suministrar al cliente. - Utilización de los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. - Tramitación y gestión utilizando los medios u otros canales de comunicación. - Identificación en la importancia de la protección del consumidor. - Identificación de la normativa en materia de consumo. - Distinción de los tipos de demanda o reclamación. 	<ul style="list-style-type: none"> - El departamento de atención al cliente. Funciones. - Valoración del cliente de la atención recibida. - Elementos de una queja o reclamación. - Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones. - El consumidor. - Los documentos en la gestión de las reclamaciones. - Tramitación y gestión utilizando los medios u otros canales de comunicación. - Instituciones de consumo. - Normativa en materia de consumo. - Procedimiento de recogida de reclamaciones y denuncias.
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la descripción de las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. - Rigurosidad en la interpretación de la comunicación recibida por parte del cliente. - Importancia del reconocimiento de las fases que componen el plan 	

<p>interno de resolución de quejas/reclamaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rigurosidad en la utilización de los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. - Importancia de la tramitación y gestión utilizando los medios u otros canales de comunicación. - Importancia en la identificación de la protección del consumidor. - Importancia de la identificación de la normativa en materia de consumo. - 		
Tareas y Actividades		
<ul style="list-style-type: none"> - Tareas prácticas de comunicación con el cliente, desarrollando técnicas adecuada a cada situación. - Pruebas prácticas para los criterios con Examen práctico. - Ejercicios para el tratamiento correcto de quejas y reclamaciones. - Trabajos de investigación en cuanto a la normativa en materia de consumo y la importancia de la protección al consumidor. - Elaboración de la documentación necesaria para la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.. 		
Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	5%	Trabajos de inv. individual
b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	10%	Trab. invest. indiv.
c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	10%	Trab. Inv. Colec.
d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	10%	Tarea p. individual.
e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.	10%	Tarea grupal
f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	15%	Examen práctico
g) Se han cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando los medios electrónicos u otros canales de comunicación.	10%	Tarea p. individual.
h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.	10%	Tarea p. indiv.
i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.	10%	Trabajo inv. Ind.
j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	10%	Examen teórico
Recursos		
<ul style="list-style-type: none"> - Aula-taller con ordenadores para cada alumno de clase. - Pantalla de proyección. - Libro de texto para los alumnos- “Comunicación empresarial y atención al cliente”- Editorial- Mc Graw Hill. - Libros de consulta- Editoriales: Paraninfo y Editex. - Apuntes profesora. 		
Observaciones		

Unidad de Aprendizaje Nº 7 Potenciación de la imagen de la empresa .		
Temporalización: 3er Trimestre	Duración: 15 horas	Ponderación: 6%

Objetivos Generales	Competencias
r) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.	p) Participar en las actividades de la empresa. r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización

Resultados de Aprendizaje

RA7- Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> - Identificación del concepto de marketing. - Reconocimiento de las funciones principales del marketing. - Valoración de la importancia del departamento de marketing. - Diferenciación de los elementos y herramientas básicos que componen el marketing. - Valoración de la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa. - Valoración de la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa. - Identificación de la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> - El marketing en la actividad económica. - Naturaleza y alcance del marketing. - El departamento de marketing. - Las herramientas que componen el marketing. - La Responsabilidad Social Corporativa. - Las relaciones públicas. - La fidelización del cliente.
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none"> - Importancia del reconocimiento de las funciones principales del marketing. - Rigurosidad en la diferenciación de los elementos y herramientas básicos que componen el marketing. - Rigurosidad en la valoración de la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa. - Importancia en la identificación de la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing. 	

Tareas y Actividades

- Tareas prácticas relacionadas con al marketing, que supongan para el alumnado la comprensión del marketing y sus funciones principales en la organización.
- Pruebas teórica donde se refleje la diferenciación los elementos del marketing así como las herramientas utilizadas.

<ul style="list-style-type: none"> - Prueba práctica para en la que se valore como influyen de manera positiva para la empresa tanto la atención al cliente como las relaciones públicas. - Trabajo cooperativo de investigación con el objetivo de valorar la importancia en la empresa actual del departamento de marketing. - Ejercicios prácticos y preguntas cortas. 		
Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se ha identificado el concepto de marketing.	10%	Tarea p. individual
b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.	10%	Tarea p. individual
c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	10%	Trab. Inv. Colec.
d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	20%	Examen teórico
e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	15%	Tarea p. individual
f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	20%	Examen práctico.
g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing	15%	Elaboración documentación.
Recursos		
<ul style="list-style-type: none"> - Aula-taller con ordenadores para cada alumno de clase. - Pantalla de proyección. - Libro de texto para los alumnos- "Comunicación empresarial y atención al cliente"- Editorial- Mc Graw Hill. - Libros de consulta- Editoriales: Paraninfo y Editex. - Apuntes profesora. 		
Observaciones		

Unidad de Aprendizaje Nº 8 Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente.		
Temporalización: 3er Trimestre	Duración: 12 horas	Ponderación: 6%

Objetivos Generales	Competencias
r) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.	p) Participar en las actividades de la empresa. r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización

Resultados de Aprendizaje

RA8- Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los factores que influyen en la prestación del servicio. - Descripción de las fases del procedimiento de relación con los clientes. - Descripción de los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. - Valoración de la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. - Detección de los errores producidos en la prestación del servicio. - Aplicación del tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas. - Explicación del significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales. - Definición de las variables consultivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente. - Identificación de las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta. - Descripción de los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Procedimientos de control de servicio. - Las fases en relación con los clientes. - Los estándares de calidad. - Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio. - Control de los errores. - Evaluación en el servicio. - Control del servicio postventa. - La fidelización del cliente. - El servicio post-venta. - Los métodos en el control de calidad del servicio post-venta.
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none"> - Importancia en la identificación de los factores que influyen en la prestación del servicio. - Rigurosidad en la descripción de las fases del procedimiento de relación con los clientes. 	

<ul style="list-style-type: none">- Importancia en la descripción de los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.- Adecuación de la valoración de la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.- Importancia en la detección de los errores producidos en la prestación del servicio.- Rigurosidad en la aplicación del tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.- Importancia en la identificación de las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.- Rigurosidad en la descripción de los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.		
Tareas y Actividades		
<ul style="list-style-type: none">- Tareas prácticas relacionadas con la prestación del servicio para identificar los factores en el mismo y que también permitan al alumnado a reconocer y describir las diferentes fases en la relación con los clientes.- Trabajo cooperativo para reconocimiento y valoración de la importancia de anticiparse a posibles incidencias en el proceso de atención al cliente.- Ejercicios para el tratamiento de posibles incidencias y la importancia de la actitud proactiva.- Exámenes prácticos y teóricos relacionados con el servicio post-venta, identificando las situaciones que requieran seguimiento, que fases se seguirían en el proceso y herramientas a utilizar.		
Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio.	10%	Tarea p. individual
b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	10%	Tarea p. individual
c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	10%	Elaboración doc.
d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	10%	Trabajo grupal.
e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.	10%	Trabajo inv. Indiv.
f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	10%	Tarea p. individual
g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.	10%	Trabajo inv. Indiv
h) Se han definido las variables consultivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.	10%	Tarea p. individual
i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.	10%	Examen práctico
j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.	10%	Examen teórico
Recursos		
<ul style="list-style-type: none">- Aula-taller con ordenadores para cada alumno de clase.- Pantalla de proyección.- Libro de texto para los alumnos- “Comunicación empresarial y atención al cliente”- Editorial- Mc Graw Hill.- Libros de consulta- Editoriales: Paraninfo y Editex.- Apuntes profesora.		

Observaciones