

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 <ul style="list-style-type: none"> a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa. b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa. 		Competencias <ul style="list-style-type: none"> a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas. p) Participar en las actividades de la empresa.
Resultados de Aprendizaje		
RA1- Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.		
Aspectos del Saber Hacer <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 		Aspectos del Saber <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	%	IE				
a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.	15%	Tarea p. individual				
b) Se ha distinguido entre comunicación e información.	10%	Examen práctico				
c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.	15%	Tarea p. individual				
d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.	10%	Trabajo grupal				
e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.	5%	Tarea p. individual				
f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.	10%	Examen práctico				
g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.	10%	Examen práctico				
h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.	15%	Examen práctico				
i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.	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
<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>I) Resolver problemas y tomas 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	
<ul style="list-style-type: none"> 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 adecuadas 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 cometido y propuesto las acciones correctivas necesarias. 	15% 10% 10% 5% 10% 10% 10% 10% 10% 10%	Examen práctico Trabajo grupal Tarea p. individual Trabajo grupal Tarea p. individual Examen práctico Tarea p. individual Tarea p. individual Tarea p. individual 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
<p>b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <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>a) Tramitar documentos o Comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.</p> <p>b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.</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>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> <p>r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>

Resultados de Aprendizaje
<p>RA3- Transmite información escrita, aplicando técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</p>

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). 	
<p>Aspectos del Saber Estar</p> <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. 	
<p>Tareas y Actividades</p> <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		
- 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
<p>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.</p>	<p>c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetro establecidos en la empresa.</p> <p>q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.</p>

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.

<p>físicos como en bases de datos informáticas.</p> <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 informáticos. 			
Tareas y Actividades			
<ul style="list-style-type: none"> - Preguntas cortas teóricas de los contenidos evaluados mediante examen teórico. - Tareas prácticas relacionadas con el archivo a través de soporte digital. - Tareas prácticas 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	
<p>a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.</p> <p>e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.</p> <p>f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.</p> <p>g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).</p> <p>h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.</p> <p>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</p> <p>j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p>		10% 10% 10% 10% 20% 10% 10% 10% 5% 10% 5%	Examen teórico Examen teórico Tarea p. individual. Trabajo p. individual Examen teórico Tarea de inv. individual Tarea grupal Tarea p. individual Tarea p. grupal Trabajo de inv. grupal

Recursos
- 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 cometan 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 cometan 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. 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 cometan 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 de 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.	10% 10% 10% 10% 10% 10% 10% 20% 10%	Trabajos de investigación individual Tarea p. individual Tarea p. individual. Examen práctico. Examen práctico Elaboración doc. Trabajo de inv. colectivo Examen teórico 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
<ul style="list-style-type: none"> 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"> 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

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
<ul style="list-style-type: none"> 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 han cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando los 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. 	5% 10% 10% 10% 10% 15% 10% 10% 10% 10%	Trabajos de inv. individual Trab. invest. indiv. Trab. Inv. Colec. Tarea p. individual. Tarea grupal Examen práctico Tarea p. individual. Tarea p. indiv. Trabajo inv. Ind. 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 el 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.

- 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		
- 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

- 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
<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio. 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 consultivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente. i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta. 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% 10% 10% 10% 10% 10% 10% 10% 10% 10%	Tarea p. individual Tarea p. individual Elaboración doc. Trabajo grupal. Trabajo inv. Indiv. Tarea p. individual Trabajo inv. Indiv Tarea p. individual Examen práctico Examen teórico

Recursos

- 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