

TABLA 8: CE y Cb

Resultado de Aprendizaje	RA 1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	1.-Selección de técnicas de comunicación empresarial.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.	Las relaciones humanas y laborales en la empresa.	Contenidos Básicos	Identificación de la necesidad de comunicación entre las personas.	Importancia de la identificación de comunicación entre las personas.
	b) Se ha distinguido entre comunicación e información.	Comunicación e información y comportamiento.		Distinción entre comunicación e información.	
	c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.	Elementos de la comunicación.		Distinción entre los elementos y procesos que intervienen en la comunicación	
	d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.	Barreras en la comunicación.		Diferenciación entre los obstáculos que pueden existir en el proceso de comunicación	Rigurosidad en la diferenciación entre los obstáculos que pueden

				existir en el proceso de comunicación.
	e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.	Descripción de los flujos de comunicación.		Determinación para 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.	Departamentos y áreas funcionales tipo.		Identificación de los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
	g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organización funcional.	Principios y tipos de organización empresarial.		Diferenciación de los tipos de organizaciones y su organización funcional.
	h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.	La comunicación interna en la empresa. La comunicación externa en la empresa.		Distinción de las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
	i) Se han seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.	La organización empresarial. Organigramas		Selección del destinatario y el canal adecuado para cada situación.

Resultado de Aprendizaje	RA2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	2.- Transmisión de comunicación oral en la empresa.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.	Contenidos Básicos	Identificación de los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	Importancia de la identificación de 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.	El protocolo en la comunicación verbal y no verbal.		Identificación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	Rigurosidad en la identificación del 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.	Los usos empresariales.		Determinación de las costumbres socioculturales y los usos empresariales	
	d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y	Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.		Identificación al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su	

	conversación a la situación de la que se parte.			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.	Las barreras en la transmisión.		Elaboración del mensaje verbal de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.	Rigurosidad en la elaboración del mensaje verbal de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
	f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.	Principios básicos en las comunicaciones orales.		Utilización del léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.	
	g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	La comunicación no verbal.		Presentación del 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.	La comunicación telefónica. El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico.		Utilización de equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	
	i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma	Normas de información y atención oral.		Valoración de si la información es transmitida con claridad, de	



	estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.			forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.	
	j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.	Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.		Identificación de los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.	Rigurosidad en la identificación de los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.

Resultado de Aprendizaje	RA3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.	3.- Transmisión de comunicación escrita en la empresa.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.	Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.	Contenidos Básicos	Identificación de los soportes para elaborar y transmitir los documentos.	
	b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	El correo electrónico y los canales de transmisión.		Identificación de los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	Importancia de la identificación de los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
	c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.	Características principales de los soportes en la correspondencia comercial.		Diferenciación de los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.	Importancia de la diferenciación de los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.

	d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	La comunicación escrita en la empresa. Las normas de protocolo.		Identificación del destinatario observando las debidas normas de protocolo.	
	e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.	Formatos tipo de documentos de uso en la empresa.		Clasificación de las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.	Valoración de la clasificación de las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
	f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.	Normas de comunicación y expresión escrita.		Redacción del documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.	Rigurosidad en la redacción del documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
	g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	Herramientas de búsqueda de información.		Identificación de las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	
	h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.	Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.		Utilización de las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.	Adecuación de la actitud en la utilización de las aplicaciones de

				procesamiento de textos o autoedición.
i)	Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	La recepción, envío y registro de la correspondencia.	Cumplimentación de los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	
j)	Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.	Utilización de la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	Importancia de la utilización de la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas o privadas.
k)	Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	Aplicación de procedimientos para la elaboración de la documentación.	Aplicación de la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	

Resultado de Aprendizaje	RA4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro de los trámites administrativos.	4.- Archivo de la información en soporte papel e informático.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	Clasificación y ordenación de documentos.	Contenidos Básicos	Descripción para organizar la información y los objetivos que se persiguen.	Importancia de la descripción para organizar la información y los objetivos que se persiguen.
	b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.	Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.		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 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.
	c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más	Organización de las aplicaciones informáticas y otros sistemas de comunicación telemática.		Identificación de los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las	

	utilizadas en función de las características de la información a almacenar.			aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.	
d)	Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.	Las bases de datos para el tratamiento de la información. Estructura y funciones de una base de datos.		Identificación de las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.	
e)	Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo.		Elaboración del sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	
f)	Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.	Archivos y carpetas informáticos.		Realización de árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.	
g)	Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	Organización de los archivos telemáticos.		Aplicación de las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	
h)	Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y	Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia.		Identificación de los procedimientos de consulta y conservación de la información	



	documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.			y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.	
	i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.	Procedimientos de protección de datos.		Aplicación de 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.	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.
	j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	La purga o destrucción de la documentación. Las técnicas 3R.		Aplicación en la elaboración y archivo de la documentación las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	

Resultado de Aprendizaje	RA5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	5.- Reconocimiento de necesidades de clientes.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	<p>a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</p>	<p>El conocimiento del cliente y sus motivaciones.</p>	Contenidos Básicos	<p>Aplicación de técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</p>	<p>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.</p>
	<p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p>	<p>Fases de la atención al cliente.</p>		<p>Identificación de las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p>	<p>Rigurosidad en la identificación de las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p>
	<p>c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometan en la comunicación con el cliente.</p>	<p>Los errores en la comunicación con el cliente.</p>		<p>Reconocimiento de los errores más habituales que se cometan</p>	<p>Importancia del reconocimiento de los errores más habituales que</p>

				en la comunicación con el cliente. se cometan en la comunicación con el cliente.
d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.	Concepto e identificación del cliente.		Identificación del comportamiento del cliente.	
e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.	La satisfacción del cliente.		Análisis de las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.	Rigurosidad en el análisis de las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.
f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	Elementos de la atención al cliente.		Obtención de la información histórica del cliente.	
g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso de la situación de la que se parte.	La percepción del cliente respecto a la atención recibida.		Adecuación a 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.	Los procesos en contacto con el cliente.		Observación de 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.	Etapas de un proceso comunicativo.		Distinción de las distintas etapas de un proceso	Importancia de la distinción de las distintas etapas de un proceso.



Resultado de Aprendizaje	RA6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	6.- Atención de consulta, quejas y reclamaciones.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	El departamento de atención al cliente. Funciones.	Contenidos Básicos	Descripción de las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	Importancia de la descripción de las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
	b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	Valoración del cliente de la atención recibida.		Interpretación de la comunicación recibida por parte del cliente.	Rigurosidad en la interpretación de la comunicación recibida por parte del cliente.
	c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	Elementos de una queja o reclamación.		Identificación de los elementos de la queja/reclamación.	
	d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.		Reconocimiento de las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	Importancia del reconocimiento de 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.	El consumidor.		Identificación y localización de la información que hay que suministrar al cliente.	
	f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	Los documentos en la gestión de las reclamaciones.		Utilización de los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	Rigurosidad en la utilización de 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.	Tramitación y gestión utilizando los medios u otros canales de comunicación.		Tramitación y gestión utilizando los medios u otros canales de comunicación.	Importancia de la tramitación y gestión utilizando los medios u otros canales de comunicación.
	h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.	Instituciones de consumo.		Identificación en la importancia de la protección del consumidor.	Importancia en la identificación de la protección del consumidor.
	i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.	Normativa en materia de consumo.		Identificación de la normativa en materia de consumo.	Importancia de la identificación de la normativa en materia de consumo.
	j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	Procedimiento de recogida de reclamaciones y denuncias.		Distinción de los tipos de demanda o reclamación.	

Resultado de Aprendizaje	RA7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	7.- Potenciación de la imagen de la empresa	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se ha identificado el concepto de marketing.	El marketing en la actividad económica.	Contenidos Básicos	Identificación del concepto de marketing.	
	b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.	Naturaleza y alcance del marketing.		Reconocimiento de las funciones principales del marketing.	Importancia del reconocimiento de las funciones principales del marketing.
	c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	El departamento de marketing.		Valoración de la importancia del departamento de marketing.	
	d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	Las herramientas que componen el marketing.		Diferenciación de los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	Rigurosidad en la diferenciación de los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.
	e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	La Responsabilidad Social Corporativa.		Valoración de la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	Rigurosidad en la valoración de la importancia de la imagen corporativa para conseguir

				los objetivos de la empresa.
	f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	Las relaciones públicas.	Valoración de la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	
	g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	La fidelización del cliente.	Identificación de la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	Importancia en la identificación de la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.

Resultado de Aprendizaje	RA8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio.	Procedimientos de control de servicio.	Básicos Contenidos	Identificación de los factores que influyen en la prestación del servicio.	Importancia en la identificación de los factores que influyen en la prestación del servicio.

	b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	Las fases en relación con los clientes.		Descripción de las fases del procedimiento de relación con los clientes.	Rigurosidad en la descripción de las fases del procedimiento de relación con los clientes.
	c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	Los estándares de calidad.		Descripción de los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	Importancia en la descripción de 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.	Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.		Valoración de la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	Adecuación de la valoración de 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.	Control de los errores.		Detección de los errores producidos en la prestación del servicio.	Importancia en la detección de los errores producidos en la prestación del servicio.
	f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	Evaluación en el servicio.		Aplicación del tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	Rigurosidad en la aplicación del tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

	<p>g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.</p>	Control del servicio postventa.		Explicación del significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.	
	<p>h) Se han definido las variables consultivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.</p>	La fidelización del cliente.		Definición de las variables consultivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.	
	<p>i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.</p>	El servicio post-venta.		Identificación de las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.	Importancia en la identificación de las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.
	<p>j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.</p>	Los métodos en el control de calidad del 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.	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.