


	<b>PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO</b>			 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN	 AENOR <b>ER</b> Empresa Registrada UNE-EN ISO 9001	
	<b>MD75010205RG</b>	Rev. 0	Página 1 de 28			

## PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO

CURSO: 2017 /2018

<b>CICLO FORMATIVO</b>	<b>ACTIVIDADES COMERCIALES</b>	
<b>MODULO</b>	SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL	
<b>TEMPORALIZACIÓN</b>	<b>HORAS ANUALES</b>	<b>HORAS SEMANALES</b>
<b>PROFESORADO QUE LA IMPARTE</b>	84	4
	M. ESTHER RUIZ DE LEÓN LORIGA	

## PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

### ASOCIACIÓN DE INGLÉS COMERCIAL AL MÓDULO DE SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL (COMO HORAS DE LIBRE CONFIGURACIÓN)

Reunido el departamento de Actividades Comerciales del IES Guadalpín de Marbella, en fecha -- /06/2016, decide que las horas de libre configuración en el segundo curso de dicho Ciclo formativo, se asociarán al módulo de Servicios de Atención comercial impartiendo clase de inglés comercial y específicamente de Atención Comercial al cliente, tanto de forma directa como indirecta, hablada y escrita, ya que en la actualidad en la población de Marbella y resto de la costa de Málaga, la población de turismo es muy elevada y los departamento de RRHH de las empresas comerciales, exigen a los futuros empleados que manejen el idioma inglés para poder satisfacer las necesidades de sus clientes.

Las exigencias de estos departamentos (RRHH) de las empresas comerciales cada vez son más grandes y en la mayoría de ellas, cuando los candidatos realizan las entrevistas de trabajo para ocupar un puesto de trabajo, tienen que pasar por una prueba en idioma inglés.

Teniendo en cuenta los requisitos demandados por las empresas comerciales para sus futuros trabajadores y asumiendo que el departamento de Actividades Comerciales del IES Guadalpín es el encargado de formar a futuros empleados de dichas empresas comerciales, hemos creído conveniente reforzar con el idioma inglés la formación de nuestros alumnos en el módulo profesional de Servicios de Atención Comercial.

El objetivo de asociar inglés comercial al módulo de Servicios de Atención Comercial es que el alumno pueda primero poder superar las entrevistas de trabajo y posteriormente, pueda desarrollar de forma correcta y fluida las situaciones de atención al cliente en lengua inglesa, seleccionando las acciones necesarias de información a los clientes, asesorándolos con cortesía y diligencia y gestionando en su caso, las quejas y reclamaciones presentadas para llevar a cabo los planes de atención al cliente, tanto de palabra como por escrito.

Dicho refuerzo del inglés en la atención comercial, estará basado en:

#### **A) Prácticas**

- En diversas situaciones simuladas de atención al público cara a cara en idioma inglés, identificar y utilizar las estructuras y fórmulas adecuadas para:
  - Recibir y acoger al cliente
  - Identificar su necesidad o interés de contacto
  - Responder a su necesidad: canalizando su contacto/demanda justificando retrasos y ofreciendo alternativas de contacto; transmitiendo mensajes recibidos previamente.
  - Dar solución a las posibles quejas o reclamaciones.
  - Atención postventa dando solución a posibles quejas y/o reclamaciones, devolución/cambio del producto adquirido anteriormente, etc.
- En diversas situaciones simuladas de atención al público telefónicamente en idioma inglés, identificar y utilizar las estructuras y fórmulas adecuadas para:
  - Atender telefónicamente la llamada
  - Identificar su necesidad o interés de contacto
  - Responder a su necesidad: canalizando su contacto/demanda; justificando ausencias o imposibilidades de contacto en ese momento y ofreciendo alternativas; transmitiendo

mensajes recibidos previamente

- Dados diferentes faxes recepcionados en inglés:
  - Leerlos
  - Identificar remitente y destinatario
  - Traducir/identificar su mensaje
  - Canalizarlo internamente de la forma adecuada
- Dados distintos documentos en inglés folletos, catálogos, u otros:
  - Leerlos
  - Identificar sus características básicas
  - Traducirlos y resumir su mensaje
- En un supuesto de llamada telefónica recibida:
  - Identificar el mensaje recibido
  - Anotarlo para su posterior transmisión interna
- En un supuesto de contacto directo:
  - Identificar la consulta planteada
  - Transmitir la información identificativa de la empresa (nombre, dirección, teléfono, otras referencias)
  - Presentar la actividad/productos y servicios básicos de la empresa
  - Ofrecer folletos o catálogos informativos, especificando el contenido de los mismos
- En un supuesto de contacto telefónico:
  - Informar del calendario laboral de la actividad (periodos vacacionales u otros)
  - Informar del horario laboral de la actividad
- A partir de unos mensajes e informaciones dadas:
  - Comunicarlas a través de los servicios de megafonía en inglés

## **B) Contenidos teóricos**

### **Morfología:**

- Artículos definidos e indefinidos
- Nombre: género y número
- Adjetivos: calificativos, demostrativos, posesivos, indefinidos, numerales
- Pronombres: personales, demostrativos, posesivos, interrogativos, relativos, reflexivos
- Verbos: tiempos y modos, verbos auxiliares:
- Adverbios
- Preposiciones
- Conjunciones

### **Sintaxis:**

- Frases adverbiales y preposicionales
- Verbos seguidos de infinitivo
- Verbos seguidos de gerundio
- Voz pasiva
- Estilo indirecto

- Oraciones: condicionales, infinitivo, relativo, causales, finales, concesivas

#### **Fonética**

- Énfasis en la comprensión oral
- Pronunciación clara y correcta

#### **Expresiones y Léxico de Atención al Público**

- Expresiones de cortesía y agradecimiento
- Informar, proponer
- Frases de bienvenida y despedida
- Frases de duda y disculpa
- Phrasal verbs
- Días de la semana. Meses del año. Fechas. Hora. Horarios de espectáculos, comidas, conferencias, salidas y llegadas de medios de transportes, precios, medidas.
- Giros comerciales: Ofertas-pedido. Condiciones de venta. Plazos. pago. Reclamaciones. Embalaje, transporte. Informaciones del producto
- Expresiones idiomáticas en general

#### **C) Contenidos relacionados con la profesionalidad**

- Sentido de la practicidad y simplicidad en la expresión para reducir a frases sencillas, mensajes complejos.
- Imaginación y creatividad para utilizar mensajes y expresiones previamente aprendidas en diferentes situaciones de comunicación.
- Iniciativa y disposición activa a la utilización de la lengua extranjera.
- Actitud positiva hacia la interpretación de indicios y mensajes implícitos en la comunicación.
- Interés y gusto por la corrección formal en el lenguaje para que la comunicación recoja fidelidad las intenciones de los interlocutores.
- Tendencia a contrastar el funcionamiento de las distintas lenguas habladas/estudiadas como medio para un aprendizaje eficaz.

### **1. OBJETIVOS ASOCIADOS AL MÓDULO: SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL**

La programación del módulo de Servicios de Atención Comercial asume los objetivos concretos fijados en el currículo del Ciclo Formativo correspondiente, establecidos en la normativa oficial de la comunidad autónoma, y que se alcanzarán a través de la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo. Estos resultados de aprendizaje se adquirirán mediante la asimilación de los contenidos, que distribuiremos en unidades de trabajo, y que estarán contrastados en función de los criterios de evaluación que se fijarán para cada una de ellas. La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales siguientes:

- ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.
- p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.

q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.

w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

#### **COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL MÓDULO**

La formación del módulo de Servicios de Atención Comercial, contribuye a alcanzar las siguientes competencias profesionales, personales y sociales:

j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.

l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

2.- BLOQUES TEMÁTICOS						
Bloque temático Nº 1	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
INTRODUCCIÓN AL MÓDULO	0	Explicación del contenido global del módulo, actividades, criterios de corrección y evaluación.	1	X		
ACTIVIDAD COMERCIAL DE LAS EMPRESAS.	1	La actividad comercial de las empresas y el desarrollo de atención/información al cliente.	15	X		

Bloque temático Nº 2	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
COMUNICACIÓN EN LA ATENCIÓN COMERCIAL	2	Comunicación presencial en la atención al cliente.	10	X		
	3	Comunicación no presencial en la atención comercial.	8	X		

Bloque temático Nº 3	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
QUEJAS Y RECLAMACIONES	4	Detección, atención y tramitación de quejas y reclamaciones.	12	X		

Bloque temático Nº 4	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
DOCUMENTACIÓN: ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO. GESTIÓN INFORMÁTICA DE LAS RELACIONES CON CLIENTES Y LA PROTECCIÓN DE DATOS	5	Organización y archivo de la comunicación.	6	X		

Bloque temático Nº 5	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
CALIDAD DEL SERVICIO	6	La calidad y mejora del servicio	7		X	

Bloque temático Nº 7	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
Actividad de simulación	7	Práctica de simulación global del módulo.	25		X	

### 3. METODOLOGÍA.

#### A) METODOLOGÍA DIDÁCTICA:

En todas las unidades en las que se han estructurado los contenidos, se tratará de hacer una exposición inicial, intentando conseguir la participación de los alumnos, dando respuesta al caso práctico inicial y después realizando actividades.

1. Se comienza la unidad con **una introducción** en la cual indicaremos que queremos aprender con los contenidos de esa unidad de trabajo, los objetivos y la presentación de un guión o esquema de la unidad y como se va a evaluar dicha unidad de trabajo.
2. El profesor explica los contenidos haciendo hincapié en los **puntos más importantes** y resumiendo aquellos aspectos que resultan fundamentales, tanto en los conceptos, como aquellas partes que serán importantes a la hora de las aplicaciones.
3. El profesor plantea las **actividades a realizar**. Esto se puede hacer al final de los contenidos o en paralelo a las explicaciones conceptuales. Se procurará que en las actividades o ejercicios de cálculo más simples los alumnos trabajen de forma individual, pero para los más complejos se podrán agrupar en equipos de trabajo (por parejas).
4. Los alumnos realizan esas actividades y el profesor actúa como fuente de información, aclara dudas y comprueba el resultado de dichas actividades. Es interesante llevar a cabo **diferentes tipos de actividades**. También será conveniente proponer diferentes tipologías de actividades teóricas, prácticas, de búsqueda o consulta de información, etc.
5. Se repasan los contenidos básicos de la unidad y se explican las presentaciones de trabajos y realización de pruebas o controles correspondientes.
6. Se utilizará la plataforma moodle en la que estarán algunos temas y todas las actividades que el alumno debe realizar. Otros temas estarán en papel y todos se explicarán utilizando casos prácticos.
7. Se realizaran comentarios y trabajos para que el alumno mejore su expresión escrita.
8. Visualización de películas y videos que ilustren lo temas tratados.
9. Se realizaran actividades en las que el alumno deberá hablar en público para mejorar su expresión oral.

#### B) METODOLOGÍA ORIENTADA A LA MEJORA LINGÜÍSTICA

La metodología didáctica estará orientada a la mejora de la competencia lingüística, para ello el departamento acordó en la reunión del 13 de octubre:

- Restar 0,1 puntos por cada falta de ortografía en los exámenes realizados durante el curso, de tal forma, que el alumno preste atención a la hora de escribir en los mismos, los profesores insistirán en este punto durante la realización del examen.
- Se tendrán en cuenta los libros que el alumno lea durante el curso.
- Asimismo los alumnos tendrán que exponer ante el profesor y sus compañeros los trabajos que realicen, para mejorar su expresión oral.

#### C) METODOLOGÍA ORIENTADA AL APRENDIZAJE COOPERATIVO Y EDUCACIÓN INCLUSIVA.

Se aplicarán técnicas de aprendizaje cooperativo para potenciar el aprendizaje de todos los alumnos y facilitar la participación activa, la integración y la interacción entre ellos. Para llevar a cabo este tipo de aprendizaje los alumnos se distribuirán en pequeños equipos de trabajo para ayudarse y animarse mutuamente a la hora de realizar algunas actividades.

Al principio de curso se realizarán dinámicas que fomenten la cohesión del grupo como:

- Grupo nominal
- La pelota
- La entrevista
- La maleta etc

Posteriormente insistiremos en el trabajo en equipo fomentando la participación equitativa y la interacción entre los estudiantes. Para ello utilizaremos algunas estructuras cooperativas tanto simples como complejas:

- La lectura compartida
- 1-2-4
- Parada de tres minutos
- Lápices al centro
- Rompecabezas
- Grupos de investigación etc

#### 4.- EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN

La evaluación requiere realizar unas observaciones de manera sistemática, que permitan emitir un juicio sobre el rumbo del proceso de enseñanza aprendizaje, los instrumentos utilizados para ello deben ser variados y podrán incluir:

- Preguntas orales en clase. Realización, entrega y exposición de cuestiones, actividades, ejercicios, simulaciones de situaciones reales de atención comercial, tanto en idioma español como en lengua inglesa.
- Asistencia y participación en clase.
- Pruebas escritas.
- Modo de enfrentarse a las tareas, refuerzos eficaces, nivel de atención, interés por la materia, motivación, etc.
- Exposición ante el profesor y sus compañeros de los trabajos realizados.
- Uso de la plataforma Moodle.

Tanto las actividades, ejercicios, simulaciones de atención comercial como las pruebas escritas, podrán contener alguna parte en lengua inglesa para comprobar el desenvolvimiento del alumno ante una situación real.



4.1.- VALORACIÓN DE LOS CONTENIDOS	
EVALUACIÓN DE CONTENIDOS	PORCENTAJE
Pruebas escritas/orales teórico-prácticas	30%
Procedimientos: Trabajo en clase, casa, aplicación práctica de conocimientos plasmándolos en trabajos, etc	70% <i>(excepto segundo parcial que será un 10%)</i>
Trabajo final con exposición oral.	60% <i>(sólo en el segundo parcial)</i>
4.2.- MEDIDAS DE RECUPERACIÓN	
<p><b>4.2.a En las evaluaciones.</b></p> <p>La nota de cada parcial será la nota obtenida en las actividades (máximo 7 puntos) más el 30% de la nota media de los exámenes y/o pruebas realizados en el trimestre, que podrán ser presenciales, no presenciales o a través de la plataforma Moodle, siempre y cuando la nota sea superior a 4 en cada uno de los exámenes de cada parcial y el alumno tenga entregadas como mínimo el 80 % de las actividades realizadas durante el trimestre (máximo 7 puntos).</p> <p>Para obtener el valor de cada actividad, se dividirán los 7 puntos destinados a este apartado, entre el número de actividades realizadas en el trimestre. Si una actividad es calificada como supera lo esperado (SE), ésta será valorada, con el valor total de la actividad; si la actividad es calificada como satisfactoria (S), ésta será valorada, con la mitad del valor de la actividad y si la actividad es calificada como no satisfactoria (NS), su valor será (0) cero. Por cada actividad no realizada o no presentada, el alumno tendrá una penalización de 0,1 puntos del total de este apartado.</p> <p>Si en alguno de los exámenes realizados en el parcial, obtiene una nota inferior a 4 o no tiene entregadas el 80% de las actividades, la calificación que aparecerá en ese parcial será como máximo de 4 y tendrá que recuperar todo el parcial en la convocatoria ordinaria entregando aquellas actividades no entregadas en las fechas indicadas de dicho parcial.</p> <p><b>4.2.b.- Para convocatoria ordinaria:</b></p> <p>Los alumnos con un parcial pendiente de recuperar, podrán presentarse a la prueba ordinaria con la totalidad del parcial, independientemente de los temas que haya podido aprobar. Esta prueba se realizará en el mes de junio. Para presentarse a la prueba final, los alumnos deberán presentar todos los trabajos y actividades realizadas y no entregadas, del trimestre a recuperar.</p> <p>Si un alumno suspende una sola evaluación, recuperará únicamente la evaluación suspendida, pero aquellos alumnos que tengan pendientes los dos parciales, tendrán que presentarse a la prueba ordinaria con la totalidad del módulo, siendo la nota máxima de 5 puntos, para aquellos alumnos que recuperen.</p> <p>La calificación de la evaluación ordinaria es la media de las calificaciones de todos los parciales aprobados, o en caso contrario, de la/s recuperación/es.</p>	

Asimismo, los alumnos que deban ir a la convocatoria ordinaria con algún parcial pendiente tendrán la obligación de asistir a clase, al menos al 50% de las horas semanales del módulo, desde el 15 de marzo hasta la fecha de la prueba ordinaria de junio, en caso contrario, el profesor podrá optar por no admitirlo al examen.

Los alumnos que hayan superado todos los parciales podrán asistir a clase para subir nota y realizarán un trabajo general de toda la materia o el examen de la prueba ordinaria de Junio, pudiendo subir hasta un máximo de dos puntos la media obtenida en los parciales, en el caso de realizar el examen y no alcanzar la nota media obtenida en los parciales, la nota final será la media de los parciales, no teniendo en cuenta la nota de la prueba final.

#### **4.2.C.-Alumnos en formación dual empresa/Centro educativo:**

Los alumnos de la formación profesional dual:

- Los alumnos de primer curso tras haber terminado su formación inicial en el Centro educativo el día 23 de diciembre, se incorporarán a la empresa durante la segunda semana del mes de enero, para continuar su formación en alternancia en la empresa y en el Centro educativo.
- Los alumnos de segundo curso tras terminar la formación inicial en el centro educativo a primeros de noviembre, se incorporan a la empresa para continuar su formación en alternancia.

La evaluación de estos alumnos se hará teniendo en cuenta :

- Se supervisan los cuadernos de bitácora de los alumnos y se contrastan con el programa formativo para comprobar que el alumno ha recibido la formación acordada.
- La valoración mensual del tutor laboral, el informe del coordinador docente y el informe trimestral que la empresa cumplimentará, donde constan los módulos implicados y los criterios de evaluación de cada una de las actividades y su concreción, en el cual reflejará una valoración de cada actividad de forma que determine si es: Deficiente, Apenas Aceptable, Bien, Muy Bien y Óptima.
- Se elaborará una calificación sobre el informe trimestral de evaluación de la empresa que tendrá un valor del 90% en la calificación de cada parcial, y que responderá al siguiente criterio Deficiente: 1-2, Apenas aceptable: 3-4, bien: 5-6, muy bien: 7-8 Óptimo: 9-10 (Se hará una media aritmética de las actividades de cada módulo que configurarán la nota del parcial)
- Las actividades complementarias realizadas en el centro educativo tendrán un valor del 10% siendo estas de carácter obligatorio.

En resumen, la calificación del parcial estará formada por el 90% del informe trimestral de la empresa más el 10% de las actividades complementarias elaboradas por los responsables del Centro Educativo.

Los alumnos en formación profesional dual que suspendan algún módulo irán a la convocatoria ordinaria, donde se les hará una recuperación adaptada a su formación.

--

**4.3.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

Los criterios de evaluación van relacionados con los resultados de aprendizaje de la siguiente manera:

<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>
<b>RA1.</b> Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.	a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones. b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización. c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa. d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad. e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente. f) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.
<b>RA2.</b> Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/ usuario, proporcionando la información solicitada.	a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo. b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones. c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación. d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal. f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.

	<p>g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.</p> <p>h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.</p>
<p><b>RA3.</b> Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.</p>	<p>a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.</p> <p>b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.</p> <p>c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.</p> <p>d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.</p> <p>e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.</p> <p>f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.</p> <p>g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.</p>
<p><b>RA4.</b> Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.</p>	<p>a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.</p> <p>b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.</p> <p>c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.</p> <p>d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.</p> <p>e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.</p>

<p><b>RA5.</b> Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.</p>	<p>a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.</p> <p>b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente.</p> <p>c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.</p> <p>d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.</p> <p>f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.</p> <p>g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.</p> <p>h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.</p>
<p><b>RA6.</b> Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.</p>	<p>a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.</p> <p>b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.</p> <p>c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.</p> <p>d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.</p> <p>f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.</p> <p>g) Se han aplicado las acciones establecidas en el</p>

	<p>plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.</p> <p>h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).</p>
--	---

#### 4.4.- PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

##### a) PRUEBAS ESCRITAS

Las pruebas escritas que podrán ser presenciales o no (a través de la plataforma Moodle) formarán el 30% de la nota de la evaluación. Estas podrán estar formadas por preguntas de razonamiento en las que el alumno tendrá que relacionar los contenidos de cada tema (test); por preguntas o conceptos concretos y por preguntas o supuestos de carácter práctico. Se aplicará un valor de minoración de las faltas de ortografía ( 0,1 punto por cada falta de ortografía hasta un máximo de 2 puntos).

Algunos exámenes pueden ser de forma oral si la dinámica del grupo así lo permite y en los casos en los que se perciba que el alumno adquiere los conocimientos pero tiene dificultades en su expresión escrita, se le realizará un examen oral cuando su nota en el examen escrito y su recuperación sea inferior a 4, y posteriormente se le ayudará a reflejar por escrito sus conocimientos.

##### b) ASISTENCIA A CLASE

Según el R.O.F. de este Centro, el alumnado tendrá derecho a ser evaluado siempre que asista a clase un mínimo del 80% del total de horas lectivas del módulo.

En el caso de que la asistencia del alumno/a sea inferior al establecido, éste perderá el derecho a la evaluación por parciales y se le calificará en los distintos parciales como máximo, con un cuatro o no apto.

##### c) COMPORTAMIENTO

Un comportamiento inadecuado por parte de los alumnos/as, falta de interés, falta de participación en clase, no trabajar en clase ni en casa, así como no traer a clase el material escolar, llevará consigo la toma de medidas disciplinarias, que pueden llegar, si la conducta persiste, a la expulsión de clase, en cuyo caso se reflejará como falta de asistencia, con las consecuencias que aparecen en el punto anterior.

##### d) ACTIVIDADES

Las actividades realizadas en clase o a través de la plataforma moodle tendrán un valor conjunto de hasta 7 puntos. Dependiendo del número de actividades realizadas, la valoración cambiará por ejemplo: si en un parcial se realizan 10 actividades cada una de ellas tendrá un valor de 0,7 puntos si está valorada como que "Supera lo esperado"; 0,37 puntos, si es valorada como "Satisfactoria" y 0 puntos, si es "No satisfactoria". Si la actividad no ha sido realizada se le penalizará al alumno con 0,2 puntos por cada actividad no realizada o entregada.

**Al final del segundo parcial** se hará un trabajo en común con otros módulos para que el alumno tenga una visión integral de todos los contenidos estudiados durante el curso.

Este trabajo será en grupo y se expondrá en el aula. Por este motivo en el segundo parcial las **actividades** tendrán un valor de **1 punto** y el **trabajo final** hasta un máximo de **6 puntos**.

El profesor tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

- Aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos previamente.
- Utilización correcta de los equipos y materiales específicos.
- Realización del trabajo de forma sistemática siguiendo un orden lógico de operaciones.
- Presentación de los resultados en fechas previstas con anterioridad.
- Destreza.
- Tiempo empleado.
- Resultado final del proceso del trabajo
- Presentación física del trabajo.
- Capacidad de exposición del trabajo.

**e) ESTRELLAS**

Al alumno con más estrellas se le subirá dos puntos en la nota del parcial, teniendo en cuenta, que las estrellas naranjas restan dos estrellas de cualquier otro color.

**4.5.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

Los criterios de calificación son los descritos en el apartado 4.1 y desarrollados en los apartados siguientes.





- En cada una de las pruebas escritas constará siempre los criterios de corrección y la valoración de cada una de las preguntas y partes del examen.
- En todas las pruebas escritas las faltas de ortografía restan 0,1 por cada una de ellas, hasta un máximo de 2 puntos.
- Una nota con decimales igual o superior a, \_5 se redondeará hacia arriba de tal modo que 4,5 equivale en la evaluación a 5.

**5.- MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.**

- Apuntes tomados por los alumnos de la explicación en clase.
- Apuntes resumen aportados por el profesor.
- Tutoriales y links de los temas tratados en clase.
- Vídeos sobre atención comercial en español e inglés.
- Equipos y Programas informáticos.
- Plataforma Moodle para la realización de algunas actividades.
- Pizarra.
- Proyector.

**6. PREVENCIÓN RIESGOS LABORALES**

(Para aquellos departamentos de Familia Profesional con módulos donde esto se justifique)

	<b>PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO</b>					
	<b>MD75010205RG</b>	Rev. 0	Página 16 de 28			

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO						
EVALUACIÓN PRIMERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p style="text-align: center;"><b>UNIDAD DIDÁCTICA Nº 1</b></p> <p><b>LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE LAS EMPRESAS.</b></p> <p><b>CONTENIDOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La empresa comercial:</b> tipos de empresas; organización y departamentalización.</li> <li>• <b>Descripción de organigramas elementales:</b> tipos de organigramas según la forma del gráfico y según las líneas de autoridad.</li> <li>• <b>El departamento de atención al cliente:</b> organización e interrelaciones con otros departamentos de la empresa.</li> <li>• <b>Importancia de la atención al cliente en la imagen empresarial.</b></li> <li>• <b>Gestión informática de las relaciones con los clientes:</b> los call centers; sistemas CRM.</li> <li>• <b>El consumidor y sus derechos:</b> normativa aplicable: definición de consumidor; el consumidor sus derechos y obligaciones; normativa básica en materia de consumo.</li> <li>• <b>Instituciones públicas y privadas de protección al consumidor:</b> instituciones de carácter público; asociaciones de consumidores y usuarios; nuevas formas de protección: el defensor del cliente y las cooperativas de consumo.</li> </ul>			ñ,q,r,s,t,u,v,w	RA1	j,m,n,ñ,o,q	a,b,c,d,e,f
<b>Nº horas teóricas: 8</b>	<b>Nº horas prácticas 7</b>	<b>Total horas UD1: 15</b>				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<p>1.- Explicación por parte del profesor del contenido de la UT.</p> <p>2.- Realización de actividades de asimilación de lo explicado haciendo uso de la plataforma Moodle, sobre organigramas de diferentes empresas para situar el departamento de atención al cliente, desarrollar un guion sobre los servicios para atender al cliente.</p> <p>3.- Entrar en la web de los contact centers, realizar un extracto de las funciones, tipologías y servicios.</p>						



EVALUACIÓN PRIMERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 52						
<b>UNIDAD DIDÁCTICA Nº 2:</b> <b>COMUNICACIÓN PRESENCIAL EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE</b> <b>CONTENIDOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Elementos y fases de la comunicación en la empresa:</b> elementos y etapas del proceso de comunicación; barreras a la comunicación.</li> <li>• <b>Tipos de comunicación en la empresa:</b> la comunicación interna; la comunicación externa.</li> <li>• <b>El proceso de atención al cliente:</b> comunicación verbal en la atención al cliente; las habilidades sociales en la atención al cliente; comunicación no verbal en la atención al cliente.</li> <li>• <b>Técnicas de comunicación presencial con el cliente.</b></li> </ul>			ñ,q,r,s,t,u,v,w	RA2	J,m,n,ñ,o,q	a-h
Nº horas teóricas: 4	Nº horas prácticas: 6	Total horas UD2: 10				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
1.- Explicación por parte del profesor del contenido de la UT. 2.-Realización de actividades prácticas de asimilación de lo explicado utilizando la plataforma moodle. 3.- Actividades de comunicación verbal entre compañeros, simulando situaciones reales en la atención comercial presencial .						

EVALUACIÓN PRIMERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 52						
<b>UNIDAD DIDÁCTICA Nº 3</b> <b>COMUNICACIÓN NO PRESENCIAL EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE</b> <b>CONTENIDOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La comunicación no presencial.</b></li> <li>• <b>La comunicación telefónica, elementos y tipos:</b> la expresión verbal al teléfono; la expresión no verbal al teléfono; partes de una llamada telefónica; barreras y dificultades en la comunicación telefónica.</li> <li>• <b>Técnicas de comunicación telefónica:</b> reglas para realizar y contestar llamadas telefónicas; normas de protocolo en la comunicación telefónica; recogida y transmisión de mensajes; habilidades para atender a clientes difíciles por teléfono.</li> <li>• <b>La comunicación escrita. Elementos y tipos:</b> principios y normas de redacción de documentos.</li> <li>• <b>Documentos de comunicación escrita:</b> la carta; la invitación; el saluda.</li> <li>• <b>Nuevas formas de comunicación escrita:</b> fax; correo electrónico; otros medios de comunicación escrita: los SMS.</li> </ul>			ñ,q,r,s,t,u,v,w	RA5	j,l,m,n,ñ,o,q	a-h
<b>Nº horas teóricas: 3</b>	<b>Nº horas prácticas 5</b>	<b>Total horas UD3: 8</b>				
<b>ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN</b>						
1.- Explicación por parte del profesor del contenido de la UT. 2.-Realización de actividades de comunicación escrita: realización de Instancias, Recursos, Oficios, Declaraciones, Informes y otros documentos escritos. utilizando la plataforma moodle. 3.- Actividades de comunicación telefónica: actividad práctica con teléfono en mano de información al cliente. 5.- Actividades de comunicación a través de internet. 5.- Actividades de correos electrónicos con texto y con archivos adjuntos de diferentes tipos.						

EVALUACIÓN PRIMERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 52						
<p align="center"><b>UNIDAD DIDÁCTICA Nº 4</b></p> <p><b>DETECCIÓN, ATENCIÓN Y TRAMITACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES</b></p> <p><b>CONTENIDOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La satisfacción del cliente con la atención recibida:</b> expectativas, uso y nivel de satisfacción del cliente; el cliente comunica su grado de satisfacción; recogida d información sobre la satisfacción.</li> <li>• <b>La hoja de reclamaciones:</b> estructura de una hoja de reclamaciones y presentación de la hoja de reclamaciones.</li> <li>• <b>Gestión de quejas y reclamaciones:</b> principios básicos para gestionar quejas y reclamaciones; tratamiento de quejas y reclamaciones; beneficios de una gestión adecuada de las reclamaciones.</li> <li>• <b>Intervención de la Administración en consumo: mediación, arbitraje y denuncia.</b></li> <li>• <b>Reclamaciones presenciales:</b> gestión de las reclamaciones presenciales.</li> <li>• <b>La negociación con el cliente. Técnicas y herramientas de negociación:</b> la negociación y sus fases; tácticas para desarrollar una negociación; características de un buen negociador.</li> </ul>			ñ,q,r,s,t,u,v,w	RA5	j,l,m,n,ñ,o,q	a-h
<b>Nº horas teóricas:53</b>	<b>Nº horas prácticas 7</b>	<b>Total horas UD4: 12</b>				
<b>ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN</b>						
<p>1.- Explicación por parte del profesor del contenido de la UD.</p> <p>2.- Realización de actividades prácticas sobre el proceso de queja y reclamación del cliente/consumidor, haciendo uso de la plataforma Moodle en algunas de ellas.</p>						

EVALUACIÓN PRIMERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 52						
<p align="center"><b>UNIDAD DIDÁCTICA Nº 5</b></p> <p><b>ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO DE LA DOCUMENTACIÓN.</b></p> <p><b>CONTENIDOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>El archivo empresarial:</b> funciones y utilidad para la empresa.</li> <li>• <b>Tipos de archivos empresariales:</b> según el equipamiento utilizado, según la frecuencia de uso de la documentación; según su localización física.</li> <li>• <b>Clasificación y archivo de documentación:</b> sistemas clasificación.</li> <li>• <b>Gestión, tratamiento y archivo físico de la documentación en papel:</b> entrada en el archivo; conservación y utilización; purga y destrucción de documentos; la labor de archivo. Consejos.</li> <li>• <b>Archivo informático de datos:</b> archivo informático de documentos; sistemas de gestión de datos.</li> <li>• <b>La gestión informática de las relaciones con los clientes:</b> gestionar las relaciones con los clientes CRM, funcionamiento de un CRM; utilidad y requerimientos de un CRM; soluciones tecnológicas aplicables en un CRM.</li> </ul> <p><b>La protección de datos. La LOPD en las relaciones con los clientes:</b> medidas para su protección; la Ley de protección de datos</p>			ñ,q,r,s,t,u,v,w	RA3	j,m,n,ñ,o,q	a-g
Nº horas teóricas: 2	Nº horas prácticas: 5	Total horas UD5: 6				
<b>ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN</b>						
<p>1.- Explicación por parte del profesor de los contenidos de la UT.</p> <p>2.- Actividades prácticas: organizar información por el sistema alfabético, numérico, alfanumérico, cronológico y geográfico.</p> <p>3.- Actividades de organización de documentos de atención al cliente.</p> <p>4.- Crear y manejar ficheros de clientes mediante la base de datos ACCESS y elaboración de informes</p>						

EVALUACIÓN SEGUNDA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 32						
<p style="text-align: center;"><b>UNIDAD DIDÁCTICA Nº 6</b></p> <p><b>CONTROL DE LA CALIDAD Y MEJORA DEL SERVICIO</b></p> <p><b>CONTENIDOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La calidad del servicio de atención al cliente. Importancia para la empresa:</b> calidad y niveles; factores que influyen en la creación de la calidad.</li> <li>• <b>Calidad del servicio. Cómo medirla:</b> objetivos y fines de la evaluación de la calidad del servicio; tipos de evaluación; análisis de datos. Índices y estándares más utilizados.</li> <li>• <b>Tratamiento y solución de errores y anomalías en el servicio:</b> errores más usuales en el servicio; cómo tratar los errores y anomalías; manuales de procedimiento como instrumento de calidad; características de una empresa de calidad.</li> <li>• <b>Normalización y certificación de la calidad de servicio:</b> control de la calidad del servicio; el sistema de gestión de calidad como instrumento de control; certificación de un sistema de gestión de calidad.</li> </ul>			ñ,q,r,s,t,u,v,w	RA6	l,ñ,p,q,s	a-e
Nº horas teóricas: 4	Nº horas prácticas 3	Total horas UD6: 7				
<b>ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN</b>						
<p>1.- Explicación por parte del profesor de los contenidos de la UT.</p> <p>2.- Realización de actividades de asimilación del contenido explicado por el profesor, haciendo uso de la plataforma Moodle.</p>						

EVALUACIÓN SEGUNDA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 32						
<p style="text-align: center;"><b>UNIDAD DIDÁCTICA Nº 7</b></p> <p><b>CASO PRÁCTICO DE SIMULACIÓN.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La actividad comercial de las empresas.</li> <li>• Comunicación presencial en la atención al cliente.</li> <li>• Comunicación no presencial en la atención al cliente.</li> <li>• Detección, atención y tramitación de quejas y reclamaciones.</li> <li>• Organización y archivo de la documentación.</li> <li>• Control y mejora en la calidad del servicio.</li> </ul>			Todos	Todos	Todos	Todos
Nº horas teóricas: 0	Nº horas prácticas 25	Total horas UD7: 25				
<b>ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN</b>						
Realización de un caso práctico de simulación aplicando el contenido de todo el programa formativo impartido ajustándose a todos los resultados de aprendizaje.						

**ANEXO 1: PROGRAMACIÓN DE FP DUAL**

<b>MÓDULO PROFESIONAL DE SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL</b>		
<b>FORMACIÓN INICIAL</b> <b>(12 semanas del 15 septiembre al 31 de octubre)</b>		
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>
<p><b>RA1.</b> Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización</p>	<p>El alumno aprende: las funciones del departamento de atención al cliente; a identificar diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente; aprenden las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa; confeccionar organigramas de empresas comerciales y también aprenden a diferenciar las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.</p> <p>Aprenden a Identificar las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aprenden a desarrollar actividades de atención/ información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.</li> <li>- También el alumno aprende como realizar trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.</li> <li>b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.</li> <li>c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.</li> <li>d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.</li> <li>e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.</li> <li>f) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.</li> </ul>
<p><b>RA4.</b> Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar la estructura del departamento de atención al cliente y las relaciones con otros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se ha de nido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.</li> </ul>

	<p>departamentos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar las áreas de actividad y acciones de servicio de atención al cliente.</li> <li>- Identificar las fuentes de información fiable en materia de consumo.</li> <li>- Enumerar las diferentes instituciones de protección al consumidor.</li> <li>- Estudiar la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.</li> <li>- Interpretar la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.</li> <li>c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.</li> <li>d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.</li> <li>e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.</li> </ul>
--	--	--

**FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN LA EMPRESA  
(20 semanas del 1 noviembre al 15 de marzo)**

<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>
<p><b>RA1.</b> Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar actividades de atención/ información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.</li> <li>- Utilizar técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/ usuario, proporcionando la información solicitada.</li> <li>- Organizar la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.</li> <li>- Realizar trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.</li> <li>b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.</li> <li>c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.</li> <li>d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.</li> <li>e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente,</li> </ul>



	<p>- Colaborar en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.</p>	<p>teniendo en cuenta la legislación vigente. f) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.</p>
<p><b>RA2.</b> Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/ usuario, proporcionando la información solicitada.</p>		<p>a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo. b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones. c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación. d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal. f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas. g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas. h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.</p>
<p><b>RA3.</b> Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de</p>		<p>a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como</p>

<p>organización y archivo tanto manuales como informáticas.</p>		<p>informáticas.</p> <p>b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.</p> <p>c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.</p> <p>d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.</p> <p>e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.</p> <p>f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.</p> <p>g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.</p>
<p><b>RA5.</b> Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.</p>		<p>a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.</p> <p>b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente.</p> <p>c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.</p> <p>d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el</p>

		<p>departamento u organismo competente.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.</p> <p>f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.</p> <p>g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.</p> <p>h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.</p>
<p><b>RA6.</b> Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.</p>		<p>a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.</p> <p>b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.</p> <p>c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.</p> <p>d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.</p> <p>f) Se han redactado informes con los resultados y</p>

		<p>conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.</p> <p>g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.</p> <p>h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).</p>
<b>FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN EL CENTRO EDUCATIVO</b> <b>(20 semanas del 11 de noviembre al 15 de marzo)</b>		
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>
	<p><b>No hay alternancia en el Centro educativo en este módulo puesto que se desarrolla en su totalidad en la empresa a partir del 1 de noviembre hasta el 14 de marzo.</b></p>	