

	<b>INFORME DE LOS CONTENIDOS IMPARTIDOS/ NO IMPARTIDOS Y SUS RESULTADOS DE APRENDIZAJE. INFORME DE MÍNIMOS</b>	<b>Curso Académico:</b> <b>2019/20</b>
<b>Módulo: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</b> <b>Ciclo: GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b> <b>Profesor: Sheila Aragonés Corredor</b>		<b>Curso:</b>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN	EVAL	U. D.	IMPARTIDO	NO IMPARTIDO
<b>R.A-4. ARCHIVA INFORMACIÓN EN SOPORTE PAPEL E INFORMÁTICO, RECONOCIENDO LOS CRITERIOS DE EFICIENCIA Y AHORRO EN LOS TRÁMITES ADMINISTRATIVOS</b>	3	8	X	
CE2 <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.</b>			X	
CE5 <b>Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.</b>			X	
CE8 Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.			X	
<b>R.A-5. RECONOCE NECESIDADES DE POSIBLES CLIENTES APLICANDO TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN.</b>	3	11	X	
CE1 Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.			X	
CE2 <b>Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</b>			X	
CE3 <b>Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.</b>			X	
CE4 Se ha identificado el comportamiento del cliente.			X	
CE5 Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.			X	
CE6 Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.			X	
CE7 Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.			X	
CE8 Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.			X	
CE9 Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.			X	
<b>R.A-6. ATIENDE CONSULTAS, QUEJAS Y RECLAMACIONES DE POSIBLES CLIENTES APLICANDO LA NORMATIVA VIGENTE EN MATERIA DE CONSUMO.</b>	3	12	X	
CE1 <b>Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</b>			X	
CE2 <b>Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente</b>			X	
CE3 Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.			X	
CE4 Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.			X	

CE5 Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.			X	
<b>CE6 Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</b>			X	
CE7 Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.			X	
CE8 Se ha identificado la normativa en materia de consumo.			X	
CE9 Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.			X	
<b>R.A-7. POTENCIA LA IMAGEN DE EMPRESA RECONOCIENDO Y APLICANDO LOS ELEMENTOS Y HERRAMIENTAS DEL MARKETING.</b>	3	10	X	
<b>CE1 Se ha identificado el concepto de marketing.</b>			X	
<b>CE2 Se han reconocido las funciones principales del marketing.</b>			X	
CE3 Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.			X	
<b>CE4 Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.</b>			X	
CE5 Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.			X	
CE6 Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.			X	
CE7 Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.			X	
<b>R.A-8. APLICA PROCEDIMIENTOS DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE IDENTIFICANDO LOS ESTÁNDARES ESTABLECIDOS.</b>	3	11 12	X	
CE1 Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.			X	
<b>CE2 Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</b>			X	
CE3 Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.			X	
CE4 Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.			X	
<b>CE5 Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.</b>			X	
CE6 Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.			X	
CE7 Se ha explicado el significado e importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.			X	
CE8 Se han definido las variables constitutivas del servicio posventa y su relación con la fidelización del cliente.			X	
<b>CE9 Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.</b>			X	
CE10 Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa, así como sus fases y herramientas.			X	

- SE CONSIDERA QUE LA TOTALIDAD DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN CORRESPONDIENTES A LA TERCERA EVALUACIÓN HAN SIDO IMPARTIDOS A TRAVÉS DE VIDEOTUTORIALES CREADOS POR EL DOCENTE Y ACTIVIDADES EN CLASSROOM.
- SE CONSIDERA QUE LA TOTALIDAD DE LOS CONTENIDOS CORRESPONDIENTES A LA TERCERA EVALUACIÓN HAN SIDO IMPARTIDOS A TRAVÉS DE VIDEOTUTORIALES Y ACTIVIDADES EN CLASSROOM.
- EN EL INFORME VALORATIVO INDIVIDUAL DEL ALUMNO FIGURARÁN LOS R.A. Y C.E. CORRESPONDIENTES A LA TERCERA EVALUACIÓN QUE NO HAN SIDO SUPERADOS POR ESTE ALUMNO PARA PROGRAMAR EN EL CURSO 20/21.