

	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN	Curso: 2019/20
		Revisión:
Módulo: COMUNICACION EMPRESARIAL Y ATENCION AL CLIENTE		

0.- IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO.

- Real Decreto del Título: Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, («Boletín Oficial del Estado» de 1 de diciembre de 2009) establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y fija sus enseñanzas mínimas.
- Orden del Currículo: ORDEN de 26 de julio de 2010, de la Consejera de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico en Gestión Administrativa para la Comunidad Autónoma de Aragón.
- Código del módulo: 0437
- Denominación: Comunicación empresarial y atención al cliente
- Horas totales: 160
- Horas semanales: 5
- Pérdida de la evaluación continua, en horas: 24

5.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES PARA OBTENER LA EVALUACIÓN POSITIVA DEL MÓDULO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
<p>R.A.1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.</p>	<p>a. Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas. b. Se ha distinguido entre comunicación e información. c. Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. d. Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. e. Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. f. Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa. g. Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional. h. Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. i. Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
<p>R.A.2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio profesionales habituales en la empresa.</p>	<p>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 adecuados 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 cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
<p>R.A.3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</p>	<p>a. Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.</p> <p>b. Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.</p> <p>c. Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.</p> <p>d. Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.</p> <p>e. Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.</p> <p>f. Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.</p> <p>g. Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.</p> <p>h. Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.</p> <p>i. Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.</p> <p>j. Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.</p> <p>k. Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
<p>R.A-4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos</p>	<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 que se va 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>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
R.A-5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	<ul style="list-style-type: none">a. Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de 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 cometen 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 a 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
R.A-6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	<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 ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
<p>R.A-7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.</p>	<p>a. Se ha identificado el concepto de marketing.</p> <p>b. Se han reconocido las funciones principales del marketing.</p> <p>c. Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.</p> <p>d. Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.</p> <p>e. Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.</p> <p>f. Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.</p> <p>g. Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
<p>R.A-8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.</p>	<p>a. Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.</p> <p>b. Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p> <p>c. Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</p> <p>d. Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</p> <p>e. Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.</p> <p>f. Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</p> <p>g. Se ha explicado el significado e importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.</p> <p>h. Se han definido las variables constitutivas del servicio posventa y su relación con la fidelización del cliente.</p> <p>i. Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.</p> <p>j. Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa, así como sus fases y herramientas.</p>

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La calificación de los alumnos se obtendrá del siguiente modo:

- Los resultados de las **pruebas escritas**, relativas a los temas expuestos representarán un **80%** de la nota. En aquellas evaluaciones que se realice más de una prueba se podrá mediar obteniendo una nota mínima de 4. Si en alguna de las pruebas la puntuación fuese inferior, la evaluación quedará suspensa. Para aprobar se debe obtener un 5 después de mediar.
- El **trabajo del alumno**, bien sea de forma individual o en grupo (resolución de ejercicios y trabajos propuestos, presentación o simulación de situaciones), supondrá el **20%** de la nota. La entrega por parte del alumno fuera de plazo supondrá una calificación de 0 (cero).

Esta ponderación se aplicará después de obtener una nota media mínima de 5 en los exámenes realizados en cada evaluación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para obtener la nota de cada evaluación, se realizará la ponderación indicada y se redondeará al entero más próximo, es decir, a la unidad por exceso si la fracción decimal es igual o superior a 5 décimas y por defecto si dicha fracción es menor a 5 décimas (como en el euro del tercer al segundo decimal).

Para la valoración positiva del módulo, las calificaciones de cada una de las evaluaciones deben ser positivas (calificación igual o mayor que 5).

En el caso de que hubiera dos o más exámenes en una misma evaluación, solo se podrá mediar entre ellos a partir de una nota igual o superior a 4, siendo necesario para superar la evaluación obtener una nota media igual o superior a 5.

Los alumnos que no superen la materia correspondiente a alguna evaluación, podrán recuperar la parte pendiente en la convocatoria ordinaria de junio. Además, podrá pedirse la realización de determinadas actividades, referidas a los contenidos trabajados.

Cuando el módulo no se supere en la convocatoria ordinaria de junio, se podrá recuperar en la convocatoria extraordinaria de junio

6.- PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.

A la hora de utilizar los procedimientos e instrumentos el profesor irá eligiendo los que considere oportunos dentro de los que se enumeran.

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación numerados	Procedimientos	Instrumentos
R.A.1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas. b) Se ha distinguido entre comunicación e información. c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa. g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional. h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.	– Análisis de producciones de los alumnos. – Intercambios orales con el alumnado. – Pruebas específicas. – Cuestionarios – Observación sistemática	– Cuaderno de clase – Puesta en común – Pruebas objetivas y pruebas prácticas – Diarios de clase – Escala de observación numérica

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación numerados	Procedimientos	Instrumentos
R.A.2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio profesionales habituales en la empresa.	<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 adecuados 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 cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de producciones de los alumnos. - Intercambios orales con el alumnado. - Pruebas específicas. - Cuestionarios - Observación sistemática 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuaderno de clase - Puesta en común - Pruebas objetivas y pruebas prácticas - Diarios de clase - Escala de observación numérica

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación numerados	Procedimientos	Instrumentos
<p>R.A.3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</p>	<p>a. Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.</p> <p>b. Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.</p> <p>c. Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.</p> <p>d. Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.</p> <p>e. Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.</p> <p>f. Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.</p> <p>g. Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.</p> <p>h. Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.</p> <p>i. Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.</p> <p>j. Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.</p> <p>k. Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p>	<p>– Análisis de producciones de los alumnos.</p> <p>– Intercambios orales con el alumnado.</p> <p>– Pruebas específicas.</p> <p>– Cuestionarios</p> <p>– Observación sistemática</p>	<p>– Cuaderno de clase</p> <p>– Puesta en común</p> <p>– Pruebas objetivas y pruebas prácticas</p> <p>– Diarios de clase</p> <p>– Escala de observación numérica</p>

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación numerados	Procedimientos	Instrumentos
R.A-4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos	<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 que se va 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>	<p>– Análisis de producciones de los alumnos.</p> <p>– Intercambios orales con el alumnado.</p> <p>– Pruebas específicas.</p> <p>– Cuestionarios</p> <p>– Observación sistemática</p>	<p>– Cuaderno de clase</p> <p>– Puesta en común</p> <p>– Pruebas objetivas y pruebas prácticas</p> <p>– Diarios de clase</p> <p>– Escala de observación numérica</p>

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación numerados	Procedimientos	Instrumentos
R.A-5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	a. Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de 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 cometen 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 a 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.	Análisis de producciones de los alumnos. Intercambios orales con el alumnado. Pruebas específicas. Cuestionarios Observación sistemática	Cuaderno de clase Puesta en común Pruebas objetivas y pruebas prácticas Exposición de un tema Diarios de clase Escala de observación numérica

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación numerados	Procedimientos	Instrumentos
R.A-6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	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 ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando 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.	– Análisis de producciones de los alumnos. – Intercambios orales con el alumnado. – Pruebas específicas. – Cuestionarios – Observación sistemática	– Cuaderno de clase – Puesta en común – Pruebas objetivas y pruebas prácticas – Diarios de clase – Escala de observación numérica

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación numerados	Procedimientos	Instrumentos
R.A-7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	<p>a. Se ha identificado el concepto de marketing.</p> <p>b. Se han reconocido las funciones principales del marketing.</p> <p>c. Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.</p> <p>d. Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.</p> <p>e. Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.</p> <p>f. Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.</p> <p>g. Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.</p>	<p>– Análisis de producciones de los alumnos.</p> <p>– Intercambios orales con el alumnado.</p> <p>– Pruebas específicas.</p> <p>– Cuestionarios</p> <p>– Observación sistemática</p>	<p>– Cuaderno de clase</p> <p>– Puesta en común</p> <p>– Pruebas objetivas y pruebas prácticas</p> <p>– Diarios de clase</p> <p>– Escala de observación numérica</p>

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación numerados	Procedimientos	Instrumentos
R.A-8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	a. Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente. 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 posventa en los procesos comerciales. h. Se han definido las variables constitutivas del servicio posventa y su relación con la fidelización del cliente. i. Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa. j. Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa, así como sus fases y herramientas.	– Análisis de producciones de los alumnos. – Intercambios orales con el alumnado. – Pruebas específicas. – Cuestionarios – Observación sistemática	– Cuaderno de clase – Puesta en común – Pruebas objetivas y pruebas prácticas – Diarios de clase – Escala de observación numérica