**FAMILIA PROFESIONAL**



**Ciclo: Gestión Administrativa**

**Grupo: ADG1**

Módulo:Comunicación empresarial y atención al Cliente

ÍNDICE

[1. OBJETIVOS DEL MODULO PROFESIONAL 4](#_Toc115025493)

[MARCO NORMATIVO 4](#_Toc115025494)

[OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL MÓDULO 4](#_Toc115025495)

[2. ORGANIZACIÓN, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS EN UNIDADES DIDÁCTICAS 5](#_Toc115025496)

[3. CONTENIDOS DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS 5](#_Toc115025497)

[UD.1 LA COMUNICACIÓN 5](#_Toc115025498)

[UD2. LA COMUNICACIÓN ORAL EN LA EMPRESA 5](#_Toc115025499)

[UD3. LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA 6](#_Toc115025500)

[UD4. DOCUMENTOS ESCRITOS EN LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL 6](#_Toc115025501)

[UD5. CORRESPONDENCIA Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN 6](#_Toc115025502)

[UD6. EL MARKETING Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN 7](#_Toc115025503)

[UD7. TIPOLOGÍA DE CLIENTES Y SUS NECESIDADES 7](#_Toc115025504)

[UD8. LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE 7](#_Toc115025505)

[UD9. ATENCIÓN DE CONSULTAS, QUEJAS Y RECLAMACIONES 8](#_Toc115025506)

[UD10. PROYECTO FINAL. PLAN DE COMUNICACIÓN 8](#_Toc115025507)

[4. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS DE CARÁCTER GENERAL 9](#_Toc115025508)

[ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS 10](#_Toc115025509)

[TÉCNICAS PARA IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS PREVIOS: 10](#_Toc115025510)

[5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DEL MÓDULO 11](#_Toc115025511)

[CRITERIOS DE CALIFICACIÓN 11](#_Toc115025512)

[CRITERIOS DE EVALUACIÓN 11](#_Toc115025513)

[RECUPERACIONES 12](#_Toc115025514)

[ALUMNOS CON EL MÓDULO PENDIENTE 12](#_Toc115025515)

[6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES PARA OBTENER LA CALIFICACIÓN POSITIVA EN EL MÓDULO 12](#_Toc115025516)

[CONTENIDOS MÍNIMOS 12](#_Toc115025517)

[7. RELACIÓN DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS MÍNIMOS. 15](#_Toc115025518)

[8. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN 22](#_Toc115025519)

[TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN 22](#_Toc115025520)

[9. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS 23](#_Toc115025521)

[10. MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y VALORACIÓN PARA POTENCIAR LOS RESULTADOS POSITIVOS Y SUBSANAR DEFICIENCIAS OBSERVADAS 23](#_Toc115025522)

[11. ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN Y APOYO ENCAMINADAS A LA SUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES PENDIENTES 24](#_Toc115025523)

[12. PLAN DE CONTINGENCIA CON LAS ACTIVIDADES QUE REALIZARÁ EL ALUMNADO ANTE CIRCUNSTANCIAS EXCEPCIONALES QUE AFECTEN AL DESARROLLO NORMAL DE LA ACTIVIDAD DOCENTE EN EL MÓDULO DURANTE UN PERIODO PROLONGADO DE TIEMPO. 24](#_Toc115025524)

[13. CONTROL DE MODIFICACIONES 25](#_Toc115025525)

# OBJETIVOS DEL MODULO PROFESIONAL

## MARCO NORMATIVO

Las normas reguladoras de esta enseñanza son las siguientes:

**Orden de 9 de mayo de 2007**, del Departamento de Educación, Cultura y Deporte, por la que se aprueba el currículo de la Educación secundaria obligatoria y se autoriza su aplicación en los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Aragón.

**Orden de 8 de julio de 2008**, del Departamento de Educación, Cultura y Deporte, por la que se modifica la Orden de 9 de mayo de 2007, por la que se aprueba el currículo de la Educación secundaria obligatoria y se autoriza su aplicación en los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Aragón.

**Real Decreto 1631/2009**, por la que se establece el Título de Técnico en gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.

**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.

**Resolución de 11 de marzo de 2009**, de la Dirección General de Política Educativa, por la que se establecen los procesos y documentos de evaluación de los Programas de Cualificación Profesional Inicial.

## OBJETIVOSESPECÍFICOS DEL MÓDULO

Los objetivos específicos de este módulo son:

* Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
* Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
* Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
* Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.
* Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.
* Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.

# ORGANIZACIÓN, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS EN UNIDADES DIDÁCTICAS

|  |  |
| --- | --- |
| UNIDADES DIDÁCTICAS | TIEMPO |
| UD.0 PRESENTACIÓN DEL MÓDULO | 2 |
| UD.1 LA COMUNICACIÓN | 13 |
| UD.2 LA COMUNICACIÓN ORAL EN LA EMPRESA | 17 |
| UD.3 LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA | 17 |
| UD.4 DOCUMENTOS ESCRITOS EN LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL | 20 |
| UD.5 CORRESPONDENCIA Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN | 15 |
| UD 6. MARKETING Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN | 20 |
| UD7. TIPOLOGÍA DE CLIENTES Y SUS NECESIDADES | 15 |
| UD8. LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE | 15 |
| UD9. ATENCIÓN DE CONSULTAS, QUEJAS Y RECLAMACIONES | 15 |
| UD10. PROYECTO FINAL PLAN DE COMUNICACIÓN | 11 |
| TOTAL | 160 |

# CONTENIDOS DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

## UD.1 LA COMUNICACIÓN

1. Comunicación, información y comportamiento
	1. Comunicación e información
	2. Comportamiento
2. Elementos que intervienen en la Comunicación
3. Barreras en la comunicación
4. Habilidades comunicativas
	1. Escucha activa
	2. Empatía
	3. Asertividad
5. Relaciones humanas y laborales en la empresa
6. Organización empresarial
7. Comunicación en la empresa

## UD2. LA COMUNICACIÓN ORAL EN LA EMPRESA

1. La comunicación oral presencial
	1. Elementos que componen la comunicación presencial
	2. Principios básicos de la comunicación oral presencial
	3. Características de la comunicación oral presencial
2. Técnicas de comunicación oral
3. Clases de comunicación oral
4. Comunicaciones en el ámbito empresarial
	1. El protocolo
	2. La imagen personal
	3. Comunicación en la recepción de visitas
5. La comunicación oral no presencial en la empresa
	1. Comunicación oral no presencial
	2. Características
	3. Barreras
6. Comunicación telefónica
	1. Elementos
	2. Estructura general de una conversación telefónica
	3. Cortesía en las comunicaciones telefónicas
	4. Tratamiento de las diversas categorías de llamadas
	5. El teléfono y las centralitas
7. Informática en las comunicaciones verbales

## UD3. LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA

1. La comunicación escrita
2. Normas de escritura
	1. Normas gramaticales
	2. Normas ortográficas
	3. Abreviaturas y siglas
3. El correo electrónico

## UD4. DOCUMENTOS ESCRITOS EN LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Estructura de la carta
	1. La carta
	2. Redacción de la carta
2. Documentos de uso en la empresa
	1. Documentos para la comunicación interna empresarial
		1. Memorándum o nota interna
		2. Aviso
		3. Informe
3. Documentos de la comunicación externa empresarial
	1. La carta comercial
4. Documentos de uso en las administraciones públicas
	1. Solicitud o instancia
	2. Certificado
	3. Recurso

## UD5. CORRESPONDENCIA Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN

1. La correspondencia
	1. Medios utilizados en la correspondencia
		1. Sobre
		2. Plegado y ensobrado
		3. Franqueo
2. Tratamiento de la gestión y registro de la correspondencia
	1. Correspondencia de entrada
		1. Recepción
		2. Clasificación
		3. Registro de entrada
		4. Distribución
	2. Correspondencia de salida
		1. Elaboración
		2. Recogida
		3. Registro de salida
		4. Envío
	3. Los servicios de mensajería
		1. Correos
		2. Otros servicios de mensajería
	4. Archivo de la información
		1. Concepto y tipos
		2. Tipos de archivo
		3. Organización del archivo
		4. Sistemas de clasificación
	5. El archivo de la información en soporte informático
		1. Las bases de datos
	6. Seguridad y confidencialidad de la información
		1. La protección de datos
		2. Destrucción de documentos

## UD6. EL MARKETING Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

1. Marketing empresarial
	1. Posicionamiento e imagen de marca
	2. El marketing
	3. El departamento de marketing en la empresa
	4. La imagen corporativa
2. Políticas de comunicación
	1. La publicidad
	2. La responsabilidad social corporativa
3. Redes sociales
	1. Netiqueta
	2. Instagram
	3. Twitter
	4. Facebook
	5. WhatsApp

## UD7. TIPOLOGÍA DE CLIENTES Y SUS NECESIDADES

1. El cliente
	1. Cliente interno
	2. Cliente externo
	3. Conocimiento del cliente y de sus motivaciones
2. Elementos y fases de la atención al cliente
	1. Elementos
	2. Fases
3. Percepción y satisfacción del cliente sobre la atención recibida.

## UD8. LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. El servicio de atención al cliente
	* Factores que influyen en la calidad del servicio
	* Tratamiento de las anomalías
	* Procedimientos de control y evaluación del servicio
	* Estándares de calidad y sus tipos
	* Evaluación y control del servicio
2. Control del servicio postventa
	* Procedimientos utilizados en la postventa
	* Herramientas de gestión de relación con clientes (CRM) en la postventa
3. Fidelización del cliente
	* Estrategias
	* Programas

## UD9. ATENCIÓN DE CONSULTAS, QUEJAS Y RECLAMACIONES

1. El departamento de atención al cliente
	1. Consumidores, clientes y compradores
	2. Funciones del departamento
2. Normativa e instituciones en materia de consumo
	1. Normativa en materia de consumo
		1. Normativa europea
		2. Normativa estatal
		3. Normativa autonómica
		4. Normativa local
	2. Instituciones en materia de consumo
		1. Entes públicos
		2. Organismos públicos europeos
		3. Organismos públicos estatales
		4. Organismos públicos autonómicos
		5. Organismos públicos locales
	3. Entes privados
3. Valoración del cliente de la atención recibida
	1. Herramientas de valoración por parte del cliente
	2. Tratamiento de las sugerencias, quejas y reclamaciones
	3. Cómo realizar una reclamación
		1. La hoja de reclamaciones
	4. Intermediación, arbitraje y vía judicial
		1. Intermediación o mediación
		2. Arbitraje
		3. Vía judicial

## UD10. PROYECTO FINAL. PLAN DE COMUNICACIÓN

1. Diseño de un plan de comunicación global
2. Comunicación interna y externa
	1. La comunicación escrita
	2. La comunicación oral
	3. La comunicación no verbal
3. Archivo y clasificación de la información
4. Plan de marketing
5. La protección de los clientes

# PRINCIPIOS METODOLÓGICOS DE CARÁCTER GENERAL

Según el artículo 42.3 de la Ley Orgánica 2/2006 (LOE):

«La formación profesional promoverá la integración de contenidos científicos, tecnológicos y organizativos y garantizará que el alumnado adquiera los conocimientos y capacidades relacionadas con las áreas establecidas en la disposición adicional tercera de la Ley 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional».

En estos objetivos debe basarse la metodología didáctica de los distintos módulos, como establece elartículo 18.4 del Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre:

«La metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente».

Por ello, en el módulo COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE se aplicarán métodos de aprendizaje basados en:

* Exposición, análisis y estudio de los contenidos de carácter teórico.
* Planteamiento y resolución de situaciones laborales basadas en la realidad, que incluyan aplicación de técnicas y métodos de comunicación empresarial en todas sus modalidades (orales, escritas, presenciales, etc.).
* Análisis y elaboración de documentos cuyo objetivo es la comunicación tanto en el ámbito interno como externo.
* Tratamiento de la documentación, organización y archivo de acuerdo a diversos criterios.
* Desarrollo de relaciones humanas en el entorno de trabajo: protocolo en la atención y tratamiento de visitas, así como atención a los clientes.
* Aplicación de técnicas de comunicación para el manejo de situaciones de conflicto en relación con clientes (quejas, reclamaciones, etc.).
* Búsqueda y recogida de información por parte del alumno de la documentación relacionada con los supuestos que se planteen.
* Búsqueda y consulta de información sobre los contenidos del programa, en textos informativos (periódicos y revistas de carácter económico) así como en textos legales relacionados con el contenido del módulo.
* Participación continúa y activa del alumno de manera que sea el protagonista de su propio aprendizaje.
* Resolución de supuestos globales relacionados con la gestión de las comunicaciones empresariales.

El contenido del módulo COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE no debe impartirse aislado, sino en relación con otros del mismo título, en especial con el denominado Tratamiento Informático de la Información, en el que se adquieren conocimientos sobre procesadores de textos, herramienta imprescindible en la confección de la mayoría de los documentos. Por ello, habrá que trabajar ambos módulos de forma coordinada para que cuando el estudiante sea capaz de manejar con soltura la herramienta informática, pueda aplicarla en la elaboración de los documentos contemplados en este módulo.

En cada una de las unidades de trabajo del libro, se ofrecen numerosos ejemplos que pueden ilustrar los contenidos del mismo, así como actividades. En muchos casos (tanto en ejemplos como en actividades) resultará muy útil su discusión en grupos, y la puesta en común de las opiniones de los propios estudiantes, con el objetivo de ayudarles en su proceso de reflexión y toma de conciencia sobre la importancia de las comunicaciones en todos los ámbitos profesionales y sociales.

## ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS

Todo lo anterior se concreta a través de las estrategias y técnicas didácticas que apuntarán al tipo de actividades que se desarrollarán en el aula, así como al modo de organizarlas o secuenciarlas.

La metodología aplicada deberá ser activa, de manera que el alumno no sea únicamente receptor pasivo, sino que observe, reflexione, participe, investigue, construya, etc. En este sentido, propiciaremos a través de las actividades el análisis y la elaboración de conclusiones con respecto al trabajo que se está realizando.

Entre la gran diversidad de estrategias y técnicas didácticas que existen destacamos las siguientes:

* Se partirá de los conocimientos previos del alumno, formales o no, para construir el conocimiento de la materia.
* La simulación será una herramienta de gran utilidad.
* Se promoverá el trabajo en equipo, buscando favorecer la cooperación y el desarrollo de la responsabilidad en los alumnos.

Las actividades formativas tendrán como objetivo la funcionalidad y la globalización de los contenidos.

Se tratará el error como fuente de aprendizaje, teniendo en cuenta que a partir del reconocimiento, análisis y corrección de éste se puede mejorar.

## TÉCNICAS PARA IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS PREVIOS:

* Cuestionarios escritos.
* Diálogos.
* Técnicas para la adquisición de nuevos contenidos:
* Exposición-presentación de cada una de las unidades.
* Exploraciones bibliográficas y normativas.
* Discusión en pequeño/gran grupo.
* Resolución de actividades y casos prácticos.
* Exposición de los trabajos realizados.
* Utilización de las nuevas tecnologías de la información.

# CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DEL MÓDULO

## CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La nota que aparecerá en el boletín del alumno se obtendrá de la siguiente manera:

1. Las pruebas escritas. Habrá como mínimo una prueba escrita por evaluación. Los exámenes escritos de cada bloque de contenidos supondrán el 60% de la nota.
2. Se realizarán prácticas y ejercicios relacionados con cada una de las unidades didácticas, que supondrán el 40% de la nota.

|  |  |
| --- | --- |
| INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN | PORCENTAJE |
| Pruebas escritas. | 60% |
| Trabajos individuales o por grupos (En clase, colaborativos desde Drive, AEDUCAR, etc.) | 40% |

Respecto a la asistencia, superar el porcentaje de faltas implicará la pérdida del derecho a la evaluación continua (un 15% que equivale a 24 horas lectivas).

1º. Redondeo de la nota. Para redondeo se tendrá en cuenta la siguiente consideración:

Si el decimal igual o superior al 7, se redondeará al alza. El redondeo de la nota únicamente se tendrá en cuenta a partir de una nota de 5.

2º. El aprobado, tanto de las pruebas escritas y los trabajos, requiere una nota de 5.

Este módulo se divide en:

UF0437\_12 Técnicas de comunicación y archivo de la información.

UF0437\_22 Relación Cliente-Empresa.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación se considerará superada cuando la calificación final sea de 5 puntos o superior. En todo caso el alumno podrá presentarse a una recuperación de las evaluaciones no superadas en junio donde solo se tendrá que presentar a aquella o aquellas no haya conseguido superar.

La calificación final del módulo, será la media aritmética de las calificaciones obtenidas en cada una de las evaluaciones.

Las pruebas escritas podrán consistir en pequeños casos prácticos, preguntas cortas, preguntas a desarrollar, ejercicios tipo test, ejercicios o casos de verdadero y falso o una mezcla de todo lo anterior. A los alumnos se les avisará con la suficiente antelación del tipo de prueba a celebrar.

Para realizar las pruebas escritas los alumnos solo podrán disponer del material de escritorio necesario para realizar la prueba. Los móviles, objetos personales como mochilas, bolsos etc. tendrán que ser depositados donde indique el profesor. En caso de encontrar a un alumno en posesión de un teléfono móvil, copiando o en disposición de hacerlo, quedará con la evaluación pendiente para junio con independencia de las pruebas realizadas y aprobadas o pendientes de realizar en dicha evaluación.

## RECUPERACIONES

Las personas que no superen el módulo en junio, podrán examinarse en segunda convocatoria de junio de la evaluación pendiente, debiendo obtener al menos una nota de 5 sobre 10 en la totalidad de la prueba

Es criterio del profesor la posibilidad de requerir trabajos adicionales de presentación obligatoria a los alumnos suspensos. En cuyo caso, dichos trabajos no podrán superar el 40% de la nota, al igual que en la evaluación continua. Se realizará una prueba extraordinaria a los alumnos que hayan perdido la evaluación continua. La prueba extraordinaria será un ejercicio por escrito global de todos los contenidos mínimos recogidos, siendo la calificación mínima para aprobar de 5.

## ALUMNOS CON EL MÓDULO PENDIENTE

Aquellos alumnos que tengan el módulo pendiente por no haber aprobado en el curso anterior, y se encuentren matriculados en segundo, se someterán a una prueba escrita de recuperación a finales de febrero de todo el contenido del módulo.

Estos alumnos podrán seguir el curso desde la plataforma AEDUCAR, donde se proponen las tareas y se suben los recursos didácticos que el profesor considera oportuno. Dichas tareas serán corregidas en caso de ser presentadas por el alumno y, en caso de realizarlas, se tendrán en cuenta para la nota final del módulo (según lo establecido anteriormente en los criterios de calificación). El ejercicio de estas tareas no es, en este caso, obligatorio.

# RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES PARA OBTENER LA CALIFICACIÓN POSITIVA EN EL MÓDULO

* Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.
* Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.
* Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública
* Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.
* Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.
* Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.
* Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.
* Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

## CONTENIDOS MÍNIMOS

Contenidos básicos publicados en el BOE de 1 de diciembre de 2009, Real Decreto 1631/2009, por el que se aprueba el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas:

* Selección de técnicas de comunicación empresarial:
	+ Elementos y barreras de la comunicación.
	+ Comunicación e información y comportamiento
	+ Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
	+ La organización empresarial. Organigramas.
	+ Principios y tipos de organización empresarial.
	+ Departamentos y áreas funcionales tipo.
	+ Funciones del personal en la organización.
	+ Descripción de los flujos de comunicación.
	+ La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
	+ La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas.
* Transmisión de comunicación oral en la empresa:
	+ Principios básicos en las comunicaciones orales.
	+ Normas de información y atención oral.
	+ Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
	+ La comunicación no verbal.
	+ La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
	+ La comunicación telefónica.
	+ El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono.
	+ La informática en las comunicaciones verbales.
	+ Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.
* Transmisión de comunicación escrita en la empresa:
	+ La comunicación escrita en la empresa.
	+ Normas de comunicación y expresión escrita.
	+ Características principales de la correspondencia comercial.
	+ La carta comercial. Estructura, estilos y clases.
	+ Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.
	+ Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
	+ El correo electrónico.
	+ La recepción, envío y registro de la correspondencia.
	+ Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
	+ Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
* Archivo de la información en soporte papel e informático:
	+ Archivo de la información en soporte papel:
		- Clasificación y ordenación de documentos.
		- Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.
		- Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo.
		- Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia.
		- Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.
		- Clasificación de la información.
		- Centralización o descentralización del archivo.
		- El proceso de archivo.
		- Confección y presentación de informes procedentes del archivo.
		- La purga o destrucción de la documentación.
		- Confidencialidad de la información y documentación.
	+ Archivo de la información en soporte informático:
		- Las bases de datos para el tratamiento de la información.
		- Estructura y funciones de una base de datos.
		- Procedimientos de protección de datos.
		- Archivos y carpetas.
		- Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.
* Reconocimiento de necesidades de clientes:
	+ Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo.
	+ El conocimiento del cliente y sus motivaciones.
	+ Elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados.
	+ Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.
	+ La percepción del cliente respecto a la atención recibida.
	+ La satisfacción del cliente.
	+ Los procesos en contacto con el cliente externo.
	+ Atención de consultas, quejas y reclamaciones:
		- El departamento de atención al cliente. Funciones.
		- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación.
		- Elementos de una queja o reclamación.
		- Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.
		- El consumidor.
		- Instituciones de consumo:
		- Normativa en materia de consumo:
		- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
		- Tramitación y gestión.
* Potenciación de la imagen de la empresa:
	+ El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.
	+ Naturaleza y alcance del marketing.
	+ Políticas de comunicación.
	+ La publicidad: Concepto, principios y objetivos.
	+ Las relaciones públicas.
	+ La Responsabilidad Social Corporativa.
* Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:
	+ La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.
	+ Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
	+ Procedimientos de control del servicio.
	+ Evaluación y control del servicio.
	+ Control del servicio postventa.
	+ La fidelización del cliente.

# RELACIÓN DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS MÍNIMOS.

A continuación, se relacionan las Unidades Didácticas con los Resultados de aprendizaje y Criterios de evaluación. El profesor considera como mínimos aquellos contenidos que aparecen en negrita en la siguiente tabla:

| Unidad  | Resultados de aprendizaje | Criterios de evaluación | Contenidos |
| --- | --- | --- | --- |
| UD 1 La Comunicación | 1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella | 1.a. Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.1.b. Se ha distinguido entre comunicación e información.1.. Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.1.d. Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.1.e. Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.1.f. Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.1.g. Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.1.h. Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.1.i. Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación. | Comunicación, información y comportamiento* **Comunicación e información**
* Comportamiento

Elementos que intervienen en la ComunicaciónBarreras en la comunicación**Habilidades comunicativas*** **Escucha activa**
* **Empatía**
* **Asertividad**

Relaciones humanas y laborales en la empresaOrganización empresarialComunicación en la empresa |
| UD 2 La comunicación oral en la empresa | 2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa. | 2.a. Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.2.b. Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.2.c. Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.2.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.2.e. Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.2.f. Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.2.g. Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.2.h. Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.2.i. Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.2.j. Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias. | La comunicación oral presencial* Elementos que componen la comunicación presencial
* **Principios básicos de la comunicación oral presencial**
* **Características de la comunicación oral presencial**

Técnicas de comunicación oral**Clases de comunicación oral**Comunicaciones en el ámbito empresarial* El protocolo
* La imagen personal
* Comunicación en la recepción de visitas

La comunicación oral no presencial en la empresa* **Comunicación oral no presencial**
* **Características**
* Barreras
* Comunicación telefónica
* **Elementos**
* **Estructura general de una conversación telefónica**
* Cortesía en las comunicaciones telefónicas
* **Tratamiento de las diversas categorías de llamadas**
* El teléfono y las centralitas

Informática en las comunicaciones verbales |
| UD 3 La comunicación escrita en la empresa | 3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública. | 3.a. Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.3.b. Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.3.c. Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.3.d. Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo. | La comunicación escrita**Normas de escritura*** **Normas gramaticales**
* **Normas ortográficas**
* Abreviaturas y siglas

El correo electrónico |
| UD 4 Documentos escritos en la comunicación empresarial | 3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública. | 3.e. Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.3.f. Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.3.g. Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.3.h. Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.3.i. Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.3.j. Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.3.k. Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar). | **Estructura de la carta*** La carta
* Redacción de la carta

Documentos de uso en la empresa* **Documentos para la comunicación interna empresarial**
* Memorándum o nota interna
* Aviso
* Informe

**Documentos de la comunicación externa empresarial*** La carta comercial

Documentos de uso en las administraciones públicas* **Solicitud o instancia**
* **Certificado**
* **Recurso**
 |
| UD 5 Correspondencia y archivo de la información | 4: Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos. | 4.a. Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.4.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.4.c. Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.4.d. Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones4.e. Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.4.f. Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.4g Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).4.h. Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.4.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.4.j. Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar). | **La correspondencia*** Medios utilizados en la correspondencia
* Sobre
* Plegado y ensobrado
* Franqueo

Tratamiento de la gestión y registro de la correspondencia* **Correspondencia de entrada**
* Recepción
* Clasificación
* Registro de entrada
* Distribución
* **Correspondencia de salida**
* Elaboración
* Recogida
* Registro de salida
* Envío
* Los servicios de mensajería
* **Correos**
* Otros servicios de mensajería
* **Archivo de la información**
* **Concepto y tipos**
* **Tipos de archivo**
* **Organización del archivo**
* **Sistemas de clasificación**
* El archivo de la información en soporte informático
* **Las bases de datos**
* Seguridad y confidencialidad de la información
* **La protección de datos**
* Destrucción de documentos
 |
| UD 6 Marketing y políticas de comunicación | 7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing. | 7.a. Se ha identificado el concepto de marketing.7.b. Se han reconocido las funciones principales del marketing.7.c. Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.7.d. Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.7.e. Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.7.f. Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.7.g. Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing. | Marketing empresarial* **Posicionamiento e imagen de marca**
* **El marketing**
* El departamento de marketing en la empresa
* La imagen corporativa

Políticas de comunicación* **La publicidad**
* **La responsabilidad social corporativa**

Redes sociales* **Netiqueta**
* Instagram
* Twitter
* Facebook
* WhatsApp
 |
| UD 7 Tipología de clientes y sus necesidades | 5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.  | 5.a. Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.5.b. Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.5.c. Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.5.d. Se ha identificado el comportamiento del cliente.5.e. Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.5.f. Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.5.g. Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.5.h. Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.5.i. Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo. | **El cliente*** Cliente interno
* Cliente externo
* Conocimiento del cliente y de sus motivaciones

**Elementos y fases de la atención al cliente*** Elementos
* Fases

Percepción y satisfacción del cliente sobre la atención recibida |
| UD 8 La calidad en el servicio de atención al cliente | 8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.  |  | El servicio de atención al cliente* + Factores que influyen en la calidad del servicio
	+ Tratamiento de las anomalías
	+ Procedimientos de control y evaluación del servicio
	+ **Estándares de calidad y sus tipos**
	+ **Evaluación y control del servicio**

Control del servicio postventa* + **Procedimientos utilizados en la postventa**
	+ Herramientas de gestión de relación con clientes (CRM) en la postventa

**Fidelización del cliente*** + Estrategias
	+ Programas
 |
| UD 9 Atención de consultas, quejas y reclamaciones | 6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.  | 6.a. Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.6.b. Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.6.c. Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.6.d. Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.6e Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.6.f. Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.6.g. Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.6.h. Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.6.i. Se ha identificado la normativa en materia de consumo.6.j. Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación. | El departamento de atención al cliente* + **Consumidores, clientes y compradores**
	+ **Funciones del departamento**

Normativa e instituciones en materia de consumo* + Normativa en materia de consumo
		- **Normativa europea**
		- **Normativa estatal**
		- Normativa autonómica
		- Normativa local
	+ Instituciones en materia de consumo
		- Entes públicos
		- **Organismos públicos europeos**
		- **Organismos públicos estatales**
		- Organismos públicos autonómicos
		- Organismos públicos locales
	+ Entes privados

Valoración del cliente de la atención recibida* + Herramientas de valoración por parte del cliente
	+ **Tratamiento de las sugerencias, quejas y reclamaciones**
	+ Cómo realizar una reclamación
		- **La hoja de reclamaciones**
	+ **Intermediación, arbitraje y vía judicial**
		- Intermediación o mediación
		- Arbitraje
		- Vía judicial
 |
| UD 10 Plan de comunicación | Relacionado con el conjunto de los resultados de aprendizaje anteriores |  | Diseño de un plan de comunicación globalComunicación interna y externa* + La comunicación escrita
	+ La comunicación oral
	+ La comunicación no verbal

Archivo y clasificación de la informaciónPlan de marketingLa protección de los clientes |

# PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

## TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

El alumno será informado en todo momento de su proceso de aprendizaje. Todas las pruebas escritas, serán resueltas en clase, bien en el momento de la entrega al alumno o bien después de su realización, previo a su corrección.

Cuando el alumno realice un trabajo, se le explicarán los criterios de calificación del mismo(a través de rúbricas), la forma de entrega y el plazo. Los trabajos entregados fuera de plazo no se calificarán.

El alumno tendrá tiempo suficiente para observar el resultado de su aprendizaje y realizar las preguntas que considere oportunas.En consonancia con lo establecido en el artículo decimosexto de la Orden de 25 de Junio de 2008, la evaluación de los aprendizajes del alumnado será continua y formativa.

Se hará un seguimiento y evaluación continua del componente formativo, en el que se deberá tener en cuenta, al menos:

1. La asistencia, la iniciativa y el interés.
2. Colaboración con los demás, calidad de las aportaciones individuales al grupo.
3. El grado de consecución de las capacidades reflejadas en las actividades de cada unidad formativa.
4. La evolución en el desarrollo personal del alumno en cuanto a motivación, implicación, e integración en el programa.
5. La participación en las actividades generales programadas por el centro.
6. Las calificaciones numéricas y cualitativas parciales obtenidas.
7. Las acciones educativas complementarias que el alumno precise.
8. Se valorará la ortografía. Penalizando hasta un punto en las pruebas escritas y ofreciendo al alumno de recuperar esa puntuación realizando un trabajo que haga hincapié en la regla ortográfica incumplida

En la corrección de los trabajos realizados y ejercicios se tendrá en cuenta lo siguiente:

1. Presenta el material de forma organizada
2. Comprende la información que maneja
3. Presenta el material en el plazo fijado o cuando es requerido
4. Se ha completado la totalidad del trabajo requerido
5. Aprovecha el tiempo de trabajo en clase
6. Añade elementos que mejoren la presentación.
7. Los trabajos y ejercicios entregados fuera de plazo tendrán una calificación de cero.

Los trabajos deben ser entregados en las fechas previstas y son obligatorios. Después de la fecha concretada en clase con los alumnos, no se recogerá ningún trabajo (a no ser por causa debidamente justificada). En el caso de que el profesor no mande trabajos o tareas para esa evaluación, el porcentaje correspondiente a la ponderación de los trabajos de la materia impartida, se computará en las pruebas específicas de evaluación.

# MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

En el tratamiento didáctico de este módulo se utilizarán recursos materiales impresos, audiovisuales e informáticos.

* **Para el alumno**: libro de texto recomendado

“Comunicación Empresarial y Atención al Cliente” de la editorial MacMillan.

ISBN: 9788417899400

* A través de [*Blink*](https://www.blinklearning.com/): Recursos que contiene materiales con referencias legislativas, acceso a los textos legales más importantes a que se hace referencia en el desarrollo del módulo y enlaces a páginas web de interés
* Otros recursos. Durante las clases y/o a través de la Plataforma Moodle del Instituto, haremos uso de los siguientes recursos:
* Libros especializados sobre los diferentes temas a que hace referencia el módulo.
* Equipos informáticos conectados a Internet.
* Office: Word y PowerPoint
* Material de oficina (escritura, archivo, reproducción de documentos, etc.).
* Publicaciones periódicas de contenido general y de contenido especializado.
* Fichas de Glosario de las Unidades y Juegos interactivos para el aprendizaje de conceptos (Quizlet y/o Kahoot)
* Actividades de Moodle a discreción del profesor.
* Charlas.
* Vídeos.

# MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y VALORACIÓN PARA POTENCIAR LOS RESULTADOS POSITIVOS Y SUBSANAR DEFICIENCIAS OBSERVADAS

Como mecanismos de seguimiento y valoración, se tendrán en cuenta los siguientes:

* Preguntas a los alumnos para asegurarnos de que el alumno interpreta correctamente el mensaje transmitido por el profesor.
* Ejercicios de refuerzo y exposiciones y correcciones de los mismos.
* Utilización del correo electrónico para envío de ejercicios de repaso y su remisión por parte del alumno utilizando el mismo medio.
* Valoración de los trabajos solicitados por el profesorado, en aquellas unidades que sea oportuno, con un 30% de la nota, como máximo. Su entrega será normalmente obligatoria a través de Moodle.

Se llevará un control de dichos trabajos, exigiendo al alumno una fecha de entrega, que será no prorrogable y una forma de presentación previamente explicada en clase.

# ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN Y APOYO ENCAMINADAS A LA SUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES PENDIENTES

Cuando el alumno esté cursando segundo de este ciclo formativo, y tenga pendiente el módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente se realizará lo siguiente:

* Entrega al principio de curso, por escrito, de las fechas de evaluación de cada una de las Unidades Formativas que componen este módulo.

Para fijar las fechas de evaluación se tendrá en cuenta que durante el tercer trimestre el alumno, si supera todos los módulos del ciclo formativo, realizará el módulo de Formación en Centros de Trabajo. Por ello, estas fechas serán anteriores a la evaluación ordinaria del curso.

* Además de comunicar la fechas, el profesor que imparta el módulo, indicará al alumnado las horas, que según su horario personal, tenga de dedicación a la realización de actividades de orientación y subsanación de dudas.

Cuando el alumno realice ambas pruebas, se tendrán en cuenta los Criterios de evaluación y calificación fijados en esta programación.

# PLAN DE CONTINGENCIA CON LAS ACTIVIDADES QUE REALIZARÁ EL ALUMNADO ANTE CIRCUNSTANCIAS EXCEPCIONALES QUE AFECTEN AL DESARROLLO NORMAL DE LA ACTIVIDAD DOCENTE EN EL MÓDULO DURANTE UN PERIODO PROLONGADO DE TIEMPO.

El plan de contingencia para el presente Módulo, unidad por unidad, está custodiado en el departamento de Administración de Empresas.

# CONTROL DE MODIFICACIONES

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | FECHA | VERSIÓN | DESCRIPCIÓN DE LA MODIFICACIÓN |
|  | 19-10-2011 | 2 | Programación totalmente nueva en estructura y formato.Programación que respeta los contenidos anteriores pero que los reordena. |
|  | 10-10-2012 | 3 | Adaptación de la programación a las instrucciones publicadas en IncaWeb.Modificación de los criterios de evaluación. |
|  | 06/09/2013 | 4 | Modificación de la temporalización de las unidades didácticas.Cambio criterios de evaluación |
|  | 16/10/2014 | 5 | Cambio de calificación |
|  | 19/09/2015 | 6 | Criterios de evaluación. Contenidos y horas. |
|  | 24/10/2017 | 7 | Modificación en los criterios e instrumentos de evaluación |
|  | 03/10/2018 | 8 | Modificación de las unidades. Criterios de evaluación. Contenidos y horas. |
|  | 16/09/2019 | 9 | Modificación de Criterios de Evaluación, Procedimientos e instrumentos de evaluación. |
|  | 04/10/2020 | 10 | Modificación de las unidades didácticas .Criterios de evaluación y calificación. Procedimientos e instrumentos de evaluación. Materiales y recursos. Mecanismos de seguimiento. |
|  | 25/09/2022 | 11 | Modificación de los criterios de evaluación y calificación.  |
|  | 11/09/2023 | 12 | Revisión de la programación y modificación de los criterios de evaluación y calificación. |