

**GUÍA DIDÁCTICA**

**MÓDULO FORMATIVO**  
**COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN**  
**AL CLIENTE**  
**(CFGM GESTIÓN ADMINISTRATIVA)**

## **1- IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO**

Título: Técnico en Gestión Administrativa. ORDEN de 21 de febrero de 2011, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa. (BOJA núm. 55, 18 de marzo de 2011).

Familia profesional: Administración

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Módulo profesional: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE (Código 0437)

Duración: 160 horas

Profesor: M<sup>a</sup> DEL MAR MIRANDA CAÑO

## **2- OBJETIVOS GENERALES**

**Los objetivos generales que se corresponde con el módulo profesional COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE (CEAC) son:**

1. Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
2. Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
3. 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.
4. 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.
5. 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.
6. 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.

### **3.-COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES**

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución
- m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
- p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
- q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
- r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

### **4.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

**Las líneas de actuación en el proceso enseñanza- aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:**

- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a cada situación concreta.
- La aplicación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales, relacionándolos con la imagen de la empresa y la importancia de esta.
- La utilización de equipos de telefonía e informáticos, aplicando las normas básicas de uso.
- La elaboración de cartas comerciales y otros documentos administrativos.
- El registro de la documentación, tanto la recibida como la emitida.
- El archivo de la documentación aplicando soporte papel e informático.
- El apoyo administrativo a los departamentos de Atención al Cliente y Marketing.
- La atención y tramitación de consultas, quejas y reclamaciones.
- El seguimiento de clientes y control del servicio postventa.

**1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.**

Criterios de evaluación:

- 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.

**2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.**

Criterios de evaluación:

- 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.

### **3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.**

Criterios de evaluación:

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

### **4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.
- 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.
- d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.
- e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.

- g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
- h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
- i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.
- j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

## **5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.**

Criterios de evaluación:

- 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.

## **6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.**

Criterios de evaluación:

- 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.

## **7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de marketing.
- b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.
- c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
- d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.
- e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.
- f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.
- g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.

## **8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.**

Criterios de evaluación:

- 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 post-venta en los procesos comerciales.
- h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.
- i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.
- j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

## **5- CONTENIDOS**

### **Contenidos básicos:**

#### **Selección de técnicas de comunicación empresarial (TEMAS 1 y 2):**

- Comunicación e información y comportamiento. Finalidad de la comunicación.
- Elementos y barreras de la comunicación.
- Criterios de empatía y principios básicos de la asertividad.
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- La organización empresarial. Organigramas. Concepto y clases de organigramas según su forma gráfica.
- Principios de organización empresarial.
- Principios de organización vertical y horizontal.
- Principios de equilibrio de la organización.
- Tipos de organización empresarial.
- Organización jerárquica, organización funcional, entre otros.
- Departamentos y áreas funcionales tipo.
- Departamentalización por funciones, por clientes, geográfica, entre otros.
- Áreas funcionales básicas.
- Funciones del personal en la organización.
- Descripción de los flujos de comunicación.
- Comunicación ascendente, descendente y lateral.
- 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 (Tema 3):**

- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Normas de información y atención oral, internas y externas.
- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
- Clases de comunicación oral.
- La comunicación no verbal. Elementos.
- La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
- La comunicación telefónica. Barreras y dificultades en la transmisión de la información.
- El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono. Uso del teléfono en la comunicación empresarial.
- La informática en las comunicaciones verbales.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.

## **Transmisión de comunicación escrita en la empresa (Temas 4 y 5):**

- La comunicación escrita en la empresa.
- Normas de comunicación y expresión escrita.
- Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en la correspondencia comercial.
- Características principales de la correspondencia comercial.
- La carta comercial. Estructura.
- Estilos de la carta comercial.
- Clases de cartas comerciales.
- Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.
- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
- El correo electrónico. Estructura y redacción. La recepción de la correspondencia.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Envío de correspondencia.
- Procedimientos de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería.
- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- Aplicación de las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

## **Archivo de la información en soporte papel e informático (Temas 6):**

- Archivo de la información en soporte papel.
- Clasificación y ordenación de documentos. Clasificación de la información. Criterios de clasificación. Sistemas de clasificación.
- Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.
- Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo.
- Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia. Normas para el archivo.
- El libro de registro
- Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.
- 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. Identificación y organización.
- Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.



### **Reconocimiento de necesidades de clientes (Tema 7):**

- Concepto e identificación del cliente, el cliente interno, el cliente externo.
- El conocimiento del cliente y sus motivaciones.
- Teorías de la motivación.
- El comportamiento del consumidor.
- Modelos que explican el comportamiento del consumidor.
- Factores que determinan el comportamiento del consumidor.
- El proceso de decisión de compras.
- 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. Factores de los que depende.
- Los procesos en contacto con el cliente externo.

### **Atención de consultas, quejas y reclamaciones (Tema 8):**

- 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.
- Gestión reactiva de las reclamaciones
- Circuito de las reclamaciones.
- Organización del departamento.
- Gestión reactiva de las reclamaciones
- La anticipación a los errores.
- El seguimiento de los clientes perdidos.
- El consumidor.
- Derechos básicos.
- Derechos específicos.
- Instituciones de consumo.
- Instituciones públicas.
- Organismos privados.
- Arbitraje.
- Normativa en materia de consumo
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
- Recepción, registro y acuse de recibo.
- Tramitación y gestión.
- Tipos de demandas
- La hoja de reclamaciones.

### **Potenciación de la imagen empresarial (Tema 9)**

- Potenciación de la imagen de la empresa:
- Naturaleza y alcance del marketing.

- La imagen corporativa.
- Concepto de marketing. El departamento de marketing.
- Funciones.
- Los elementos del marketing. Producto, precio, distribución, promoción, logística, relación con los clientes, entre otros.
- El marketing en la actividad económica, su influencia en la imagen de la empresa.
- Políticas de comunicación.
- La publicidad. Concepto, principios y objetivos. Tipos de publicidad. Publicidad ilícita. Medios, soportes y formas publicitarias.
- Las relaciones públicas. Concepto. Actividades que desarrolla.
- La Responsabilidad Social Corporativa. Concepto. Elementos. Ventajas. Valores agregados.

**Texto: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE.**  
**McGrawHill**  
**ISBN: 978-84-481-1939-9**

## 6- PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación será continua, a lo largo del curso.

La asistencia a clase es obligatoria y un número de faltas injustificadas superior al 25% (40 horas) supone la pérdida del derecho a la evaluación continua.

Cuando el alumno tenga un número de faltas equivalente al 6,25% **10 horas** recibirá un aviso.

Con el fin de no interrumpir la buena marcha del curso se realizará una sola convocatoria de prueba escrita por trimestre, de forma que los alumnos que falten a la prueba no realizarán una prueba adicional sino que quedará pendiente de recuperación.

La nota final resultante será la media ponderada de cada evaluación

## 6.-CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Cada uno de estos apartados se valorará como sigue:

**CONTENIDOS CONCEPTUALES:** Resolver prueba escrita y trabajo propuesto para el trimestre. Estos contenidos supondrán un 70% de la calificación global y ambos tendrán que tener la calificación de 5 para ser considerados aptos.

**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES:** En este apartado se valorará el orden, corrección, interés mostrado, grado de participación y colaboración, capacidad de organización, precisión, habilidad y destreza en los supuestos prácticos realizados. Se plantearán supuestos prácticos similares a los realizados en clase durante el trimestre y se valorará la capacidad de razonamiento y la integración global de los conocimientos adquiridos.

El alumno deberá tener al menos un 90% de las actividades realizadas.

Estos contenidos tendrán una valoración del 20% de la calificación global.

Tanto los contenidos conceptuales junto con los procedimentales deben ser superados con un cinco para obtener la calificación de apto.

### **CONTENIDOS ACTITUDINALES:**

También se tendrán en cuenta otros puntos como: actitud y comportamiento, puntualidad, capacidad de trabajo en equipo, hábitos adecuados de higiene, cuidado del material, etc., así como la asistencia continuada a clase.

Cada actitud negativa se anotará en el cuaderno del profesor y restará un 0,1% del total de este apartado.

Estos contenidos tendrán una valoración del 10% del total.

**Para superar cualquier evaluación el alumno deberá:**

- Superar con un cinco el apartado de contenidos conceptuales y procedimentales.
- Haber asistido al menos al 75% de las horas de clases (incluyendo las faltas debidamente justificadas).
- Haber realizado el 90% de las actividades que integran la evaluación y tenerlas perfectamente reflejadas en su cuaderno.
- No haber recibido amonestaciones graves que afecten al apartado de contenidos actitudinales.

**Estos criterios han quedado reflejados en el apartado de procedimientos de evaluación.**

**El peso asignado a cada apartado es el siguiente:**

**CONTENIDOS CONCEPTUALES: 70% de la calificación global.**

**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES: 20% de la calificación global.**

**CONTENIDOS ACTITUDINALES: 10% de la calificación global.**

**Para la nota final se hará una media ponderada.**

## **7- SISTEMA DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES PENDIENTES**

Dado que se realiza una evaluación continua, se considera que el alumno ha alcanzado los resultados de aprendizaje cuando va mejorando a lo largo del curso y tiene las tres evaluaciones aprobadas.

Los alumnos que no superen alguna evaluación, podrán recuperarla al finalizar el curso.

Los alumnos que no hayan superado ninguna de las tres evaluaciones y los que hayan perdido el derecho a la evaluación continua realizarán una prueba teórica y otra práctica de características similares a las realizadas a lo largo del curso. Deberán presentar un cuaderno de actividades con el 90% de las prácticas realizadas a lo largo del curso.

**La valoración de cada apartado será:**

**Prueba teórica: 80%**

**Cuaderno con el 90% de las prácticas reflejadas: 20%.**

**La presentación del cuaderno será condición indispensable para la realización de las otras pruebas. El módulo debe ser aprobada con un cinco para obtener la calificación de apto.**

## **8- PRUEBA EXTRAORDINARIA**

A los alumnos que no superen el módulo en la convocatoria ordinaria, se les hará un informe de evaluación individualizado indicando los resultados de aprendizaje adquiridos y no adquiridos y su relación con las distintas unidades de trabajo. También se les darán las instrucciones necesarias para realizar un “cuaderno de recuperación” donde queden reflejados los contenidos más importantes del módulo, tanto teóricos como prácticos. Este cuaderno lo deberán presentar en la convocatoria extraordinaria y su realización es imprescindible para poder realizar la prueba teórico-práctica propuesta.

**La valoración final se hará asignando los siguientes porcentajes:**

**Prueba teórica: 80%**

**Cuaderno de recuperación: 20%**

## **9.- TUTORÍAS**

Se establece una hora de tutoría individual para el alumnado. Lunes de 18 a 19 horas para cualquier tipo de dudas, previa cita con el profesor.

## **10.- FECHAS DE PRUEBAS PRÁCTICAS Y TEÓRICAS**

Por determinar.