



CENTRO EDUCATIVO  
"SANTA MARÍA DE LOS APÓSTOLES"

CTRA. JABALCUZ, 51  
23002 JAÉN  
Telefax 953 23 16 05



# CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO

## “GESTIÓN ADMINISTRATIVA”

### GUÍA DIDÁCTICA DEL MÓDULO:

0437 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y  
ATENCIÓN AL CLIENTE

Modalidad Dual

**Curso:** 2023/2024

**Departamento:** Administrativo y Comercio  
**Profesor/a:** M<sup>a</sup> del Mar Miranda Caño

## ÍNDICE

1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO .....	3
2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL.....	4
3. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.....	11
4. METODOLOGÍA Y ESTRATEGÍAS DIDÁCTICAS .....	12
5. PROCESO DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN .....	12
6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	14
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	15
8. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES .....	16
9. TUTORÍAS.....	16
10. ANEXO I .....	17

# 1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

DATOS DE REFERENCIA DEL MÓDULO PROFESIONAL	
DATOS	DESCRIPCIÓN
IDENTIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Código/Módulo Profesional: 0437 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE <b>BOJA</b> 55 de 18/03/2011</li> <li>· Familia Profesional: Administración</li> <li>· Título: TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA</li> <li>· Grado: MEDIO</li> </ul>
DISTRIBUCIÓN HORARIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Curso: 1º</li> <li>· Horas: 160</li> <li>· Horas semanales: 5</li> </ul>
TIPOLOGÍA DE MÓDULO	<ul style="list-style-type: none"> <li>· MÓDULO PROFESIONAL CON FORMACIÓN COMPLEMENTARIA</li> <li>· Asociado a UC's: UC0975_2: Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas. UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático. <b>BOE</b> 289 de 01/12/2019</li> </ul>
BREVE SÍNTESIS DEL MÓDULO	<p>Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepción de visitas y atención telefónica.</li> <li>- Recepción, tramitación y gestión de documentación.</li> <li>- Atención al cliente/usuario.</li> <li>- Elaboración, registro y archivo de documentación.</li> <li>- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a la situación de atención/asesoramiento al cliente.</li> <li>- La realización de las gestiones pertinentes con los departamentos afectados para consultas, reclamaciones y atención postventa.</li> <li>- La tramitación de las reclamaciones y denuncias.</li> <li>- La aplicación de los estándares de la calidad en la prestación del servicio.</li> <li>- La aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa.</li> <li>- Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican:</li> <li>- En todos los ámbitos de la empresa, tanto interno como externo y en todo tipo de empresas, independientemente del sector al que pertenezcan.</li> <li>- Especialmente, en el apoyo administrativo a las tareas que desarrollan los departamentos de Atención al cliente y Marketing en las empresas de los diferentes sectores económicos.</li> </ul>

## Normativa:

**Decreto 436/2008**, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo.

**Real Decreto 1631/2009**, de 30 de Octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas. (BOE 1-12-2009)

**Orden de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

**Orden EDU/1999/2010, de 13 de Julio**, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de 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 Nº 55 de 18-03-11).

## Identificación del título:

Según el RD 1631/2009 el título de Técnico en Gestión Administrativa queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Gestión Administrativa
- Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.
- Duración: 2.000 horas.
- Familia Profesional: Administración y Gestión
- Referente europeo: CINE-3 (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

El perfil profesional del título de Técnico en Gestión Administrativa queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

## 2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL

**MODULO PROFESIONAL: COMUNICACIÓN EMPRESARIA Y ATENCIÓN AL CLIENTE 0437**

**DURACIÓN: 160 HORAS (5 HORAS /SEMANA).**

RELACIÓN DE COMPETENCIAS Y OBJETIVOS ASOCIADOS AL MÓDULO PROFESIONAL		
CICLO FORMATIVO: 0437Gestión Administrativa		
MÓDULO PROFESIONAL: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente		
COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	OBJETIVOS GENERALES	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.	a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.	RA1
b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.	b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.	RA2, RA3
c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.	f) 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.	RA4,
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.	ñ) 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	RA2, RA3, RA5, RA6, RA7, RA8

	cliente/usuario.	
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.	d) 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.	RA6, RA8
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.	e) 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.	RA5, RA6, RA7, RA8

## 2.1. PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE:

El módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente incluye aspectos como:

- Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de comunicación de la empresa.
- Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- 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.
- Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
- Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
- Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

### **LAS ACTIVIDADES PROFESIONALES ASOCIADAS A ESTAS FUNCIONES SE APLICAN EN:**

- Desempeñar funciones administrativas tanto en empresas del sector público como privado.

## 2.2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS:

<b>CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b>
<b>MÓDULO PROFESIONAL: 0437 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</b>

<b>Resultados de aprendizaje: RA1.</b> Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<p>a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.</p> <p>b) Se ha distinguido entre comunicación e información.</p> <p>c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.</p> <p>d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.</p> <p>e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.</p> <p>f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.</p> <p>g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.</p> <p>h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.</p> <p>i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación e información y comportamiento. Finalidad de la comunicación.</li> <li>- Elementos y barreras de la comunicación.</li> <li>- Criterios de empatía y principios básicos de la asertividad.</li> <li>- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.</li> <li>- La organización empresarial. Organigramas. Concepto y clases de organigramas según su forma gráfica.</li> <li>- Principios de organización empresarial.</li> <li>- Principios de organización vertical y horizontal.</li> <li>- Principios de equilibrio de la organización.</li> <li>- Tipos de organización empresarial.</li> <li>- Organización jerárquica, organización funcional, entre otros.</li> <li>- Departamentos y áreas funcionales tipo.</li> <li>- Departamentalización por funciones, por clientes, geográfica, entre otros.</li> <li>- Áreas funcionales básicas.</li> <li>- Funciones del personal en la organización.</li> <li>- Descripción de los flujos de comunicación.</li> <li>- Comunicación ascendente, descendente y lateral.</li> <li>- La comunicación interna en la empresa, comunicación formal e informal.</li> <li>- La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas.</li> </ul>

<b>CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b>	
<b>MÓDULO PROFESIONAL: 0437 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	
<b>RA2.</b> Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<p>a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.</p> <p>b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.</p> <p>c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.</p> <p>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.</p> <p>e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.</p> <p>f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.</p> <p>g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.</p> <p>h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.</p> <p>i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.</p> <p>j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principios básicos en las comunicaciones orales.</li> <li>- Normas de información y atención oral, internas y externas.</li> <li>- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.</li> <li>- Clases de comunicación oral.</li> <li>- La comunicación no verbal. Elementos.</li> <li>- La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.</li> <li>- La comunicación telefónica. Barreras y dificultades en la transmisión de la información.</li> <li>- El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono. Uso del teléfono en la comunicación empresarial.</li> <li>- La informática en las comunicaciones verbales.</li> <li>- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.</li> </ul>

<b>CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b>	
<b>MÓDULO PROFESIONAL: 0437 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	
<b>RA3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normas de comunicación y expresión escrita.</li> <li>- Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en la correspondencia comercial.</li> <li>Características principales de la correspondencia comercial.</li> <li>La carta comercial. Estructura.</li> <li>- Estilos de la carta comercial.</li> <li>- Clases de cartas comerciales.</li> <li>Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.</li> <li>Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.</li> <li>El correo electrónico. Estructura y redacción. La recepción de la correspondencia.</li> <li>Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.</li> <li>Envío de correspondencia.</li> <li>Procedimientos de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería.</li> <li>Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.</li> </ul>

<b>CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b>	
<b>MÓDULO PROFESIONAL: 0437 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	
<b>RA4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<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 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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Archivo de la información en soporte papel.</li> <li>- Clasificación y ordenación de documentos.</li> <li>Clasificación de la información. Criterios de clasificación. Sistemas de clasificación.</li> <li>- Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.</li> <li>- Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo.</li> <li>- Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia. Normas para el archivo.</li> <li>- El libro de registro</li> <li>- Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.</li> <li>- Centralización o descentralización del archivo.</li> <li>- El proceso de archivo.</li> <li>- Confección y presentación de informes procedentes del archivo.</li> <li>- La purga o destrucción de la documentación.</li> <li>- Confidencialidad de la información y documentación.</li> </ul>

<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>Archivo de la información en soporte informático:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Las bases de datos para el tratamiento de la información.</li> <li>- Estructura y funciones de una base de datos.</li> <li>- Procedimientos de protección de datos.</li> <li>- Archivos y carpetas. Identificación y organización.</li> <li>- Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.</li> <li>- Aplicación de las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</li> </ul>
---	---

**CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**MÓDULO PROFESIONAL: 0437 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

**RA5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.**

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<p>a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.</p> <p>d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.</p> <p>e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.</p> <p>f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</p> <p>g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.</p> <p>h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p> <p>i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concepto e identificación del cliente, el cliente interno, el cliente externo.</li> <li>- El conocimiento del cliente y sus motivaciones.</li> <li>- Teorías de la motivación.</li> <li>- El comportamiento del consumidor.</li> <li>- Modelos que explican el comportamiento del consumidor.</li> <li>- Factores que determinan el comportamiento del consumidor</li> <li>- El proceso de decisión de compras.</li> <li>- Elementos de la atención al cliente, entorno, organización y empleados.</li> <li>- Fases de la atención al cliente, la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.</li> <li>- La percepción del cliente respecto a la atención recibida.</li> <li>- La satisfacción del cliente. Factores de los que depende.</li> <li>- Los procesos en contacto con el cliente externo.</li> </ul>

**CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**MÓDULO PROFESIONAL: 0437 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

**RA6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.**

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<p>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</p> <p>c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.</p> <p>d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</p> <p>e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.</p> <p>f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El departamento de atención al cliente. Funciones. Valoración del cliente de la atención recibida, reclamación, queja, sugerencias, felicitación. Elementos de una queja o reclamación.</li> <li>- Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones. Gestión reactiva de las reclamaciones</li> <li>- Circuito de las reclamaciones.</li> <li>- Organización del departamento.</li> <li>- Gestión reactiva de las reclamaciones</li> <li>- La anticipación a los errores.</li> <li>- El seguimiento de los clientes perdidos. El consumidor.</li> <li>- Derechos básicos.</li> <li>- Derechos específicos.</li> </ul>



<p>g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.</p> <p>j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.</p>	<p>Instituciones de consumo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instituciones públicas.</li> <li>- Organismos privados.</li> <li>- Arbitraje.</li> </ul> <p>Normativa en materia de consumo</p> <p>Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepción, registro y acuse de recibo.</li> <li>- Tramitación y gestión.</li> <li>- Tipos de demandas</li> <li>- La hoja de reclamaciones.</li> </ul>
--	---

<b>CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b>	
<b>MÓDULO PROFESIONAL: 0437 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	
<b>RA7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Naturaleza y alcance del marketing.</li> <li>- La imagen corporativa.</li> <li>- Concepto de marketing. El departamento de marketing.</li> <li>- Funciones.</li> <li>- Los elementos del marketing. Producto, precio, distribución, promoción, logística, relación con los clientes, entre otros.</li> </ul> <p>El marketing en la actividad económica, su influencia en la imagen de la empresa.</p> <p>Políticas de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La publicidad. Concepto, principios y objetivos. Tipos de publicidad. Publicidad ilícita. Medios, soportes y formas publicitarias.</li> <li>- Las relaciones públicas. Concepto. Actividades que desarrolla.</li> <li>- La Responsabilidad Social Corporativa. Concepto. Elementos. Ventajas. Valores agregados.</li> </ul>

<b>CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b>	
<b>MÓDULO PROFESIONAL: 0437 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	
<b>RA8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<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 post-venta en los procesos comerciales.</p> <p>h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.</p> <p>i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.</li> <li>- Concepto, factores que influyen.</li> <li>- Actuación eficaz en el trato con el cliente.</li> <li>- Servicio postventa.</li> </ul> <p>Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.</p> <p>Procedimientos de control del servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La calidad del servicio.</li> <li>- Los estándares de calidad del servicio.</li> <li>- La anticipación a los problemas.</li> <li>- Evaluación y control del servicio.</li> <li>- Control del servicio postventa.</li> <li>- Procedimientos.</li> <li>- Análisis de la información.</li> <li>- La gestión de las relaciones con los clientes (CRM).</li> <li>- La fidelización del cliente. El plan de marketing relacional.</li> </ul>

j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.	
--	--

### 3. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Módulo Profesional: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente

Secuencia y temporalización de las Unidades de Trabajo

PRIMER TRIMESTRE												SEGUNDO TRIMESTRE												TERCER TRIMESTRE									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
<b>UT 1.- SELECCIÓN DE TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN</b>																																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
<b>UT 2.- TRANSMISIÓN DE COMUNICACIÓN ORAL EN LA EMPRESA</b>																																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
<b>UT 3.- TRANSMISIÓN DE COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA</b>																																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
<b>UT 4.- ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN EN SOPORTE PAPEL E INFORMÁTICO</b>																																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
<b>UT 5.- DISEÑO PLAN DE COMUNICACIÓN DE UNA EMPRESA (SELECCIÓN DE CONTENIDOS RELACIONADOS CON LOS CE's DE LA UNIDAD – VER ANEXO I)</b>																																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
<b>UT 6.- RECONOCIMIENTO DE NECESIDADES DE CLIENTES</b>																																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
<b>UT 7.- ATENCIÓN DE CONSULTAS QUEJAS Y RECLAMACIONES</b>																																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
<b>UT 8.- POTENCIACIÓN DE LA IMAGEN DE LA EMPRESA</b>																																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
<b>UT 9.- APLICACIÓN DE PROCEDIMIENTOS DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE</b>																																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
<b>UT 10.- UNIDAD INTEGRADA (SELECCIÓN DE CONTENIDOS RELACIONADOS CON LOS CE's DE LA 3ª EVALUACIÓN – VER ANEXO I)</b>																																	

1º Trimestre: del 15 de septiembre al 10 de diciembre

2º Trimestre: del 12 de diciembre al 17 de marzo

3º Trimestre: del 18 de marzo al 31 de mayo

## 4. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

La metodología será fundamentalmente activa y participativa, favoreciendo tanto el trabajo individual, como en equipo, del alumnado.

Se considera que, de forma general, el método para abordar el desarrollo de contenidos puede seguir las fases que, a continuación, se detallan:

1. Exposición de la posición de la unidad de trabajo en el contexto general del módulo.
2. Indicación de las tareas y actividades que deben realizar el alumnado sin los cuales el desarrollo de la unidad no podrá llevarse a cabo en condiciones óptimas.
3. Diagnóstico de la situación de partida a través de preguntas relacionadas con la unidad de trabajo.
4. Repaso de los contenidos previos que se consideren fundamentales.
5. Esquematización general del tema:  
Permite al alumnado situarse en todo momento en qué parte del desarrollo de la unidad de trabajo se encuentra.
6. Realización de tareas, actividades, trabajos, exposiciones orales, etc.
7. Resolución de dudas y preguntas.
8. Síntesis y transferencia: permite a el alumnado recapitular, aplicar y generalizar los aprendizajes a problemas, situaciones, fenómenos y contextos no trabajados directamente.

Se hará un seguimiento personalizado que permita averiguar aquellos alumnos que pudieran requerir actividades de refuerzo o bien de ampliación.

## 5. PROCESO DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La evaluación del aprendizaje del alumnado que cursa el módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente será continua.

La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requerirá, en la modalidad presencial, su asistencia regular a clase y su participación en las actividades programadas para este módulo. La no asistencia regular y la no realización de las actividades evaluables, hará que no sea posible recabar la información sobre el proceso de aprendizaje y, por tanto, no se pueda realizar su evaluación continua.

La evaluación del alumnado será realizada por el profesor que imparte el módulo profesional, de acuerdo con los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y contenidos del módulo, así como las competencias y objetivos generales del ciclo formativo asociados a los mismos.

El resto de las decisiones resultantes del proceso de evaluación serán adoptadas por acuerdo del equipo docente. Si ello no fuera posible, se adoptarán por mayoría simple del profesorado que imparta docencia en el mismo.

El alumnado o sus representantes legales, en caso de ser menor de edad, será informado a principios de curso sobre los resultados de aprendizaje, contenidos, metodología y criterios de evaluación y calificación del módulo.

Al término del proceso de enseñanza-aprendizaje, el alumnado obtendrá una calificación final considerando el grado y nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje establecidos para el módulo profesional, de acuerdo con sus correspondientes criterios de evaluación y los objetivos generales relacionados, así como de la competencia general y las competencias profesionales, personales y sociales del título, establecidas en el perfil profesional del mismo y sus posibilidades de inserción en el sector profesional y de progreso en los estudios posteriores a los que pueda acceder.

Para aquel alumnado que se incorpora más tarde al curso escolar, por cuestiones ajenas a su voluntad, el profesorado facilitará su adaptación, a fin de que se pueda incorporar al curso con garantías de éxito.

La evaluación se concreta en tres fases: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación final o sumativa.

Evaluación inicial. Durante el primer mes desde el comienzo de la actividad lectiva, el profesor del módulo realizará una evaluación inicial que tendrá como objetivo fundamental indagar sobre las características y el nivel de competencias que presenta el alumnado en relación con los resultados de aprendizaje y contenidos del mismo.

La evaluación inicial será el punto de referencia para la toma de decisiones relativas al desarrollo del módulo y su adecuación a las características, capacidades y conocimientos del alumnado. Esta evaluación en ningún caso conllevará calificación numérica, sino que se calificará como iniciado (menos de 4), medio (de 4 a 7) o avanzado (más de 7).

Evaluación formativa. Durante el 1<sup>er</sup> curso se realizarán tres evaluaciones parciales correspondientes a los tres trimestres del curso escolar.

Evaluación final o sumativa. La evaluación final será la media ponderada de todos los RA del módulo.

#### Técnicas de evaluación

- Técnicas escritas
- Técnicas basadas en la ejecución práctica
- Técnicas basadas en la observación
- Técnicas orales

#### Instrumentos de evaluación:

- Prueba escrita (Test, preguntas cortas y desarrollo)
- Rubrica trabajo
- Práctica
- Supuesto
- Lista de cotejo
- Rubrica exposición Oral

#### Medidas de recuperación o mejora de los resultados obtenidos

El alumnado que tenga el módulo profesional no superado mediante evaluación parcial o desee mejorar los resultados obtenidos podrá hacerlo en las recuperaciones que se establecerán al efecto. Después de las recuperaciones trimestrales, realizadas tras el período de evaluación, el alumnado que

deba recuperar alguno/s de los criterios de evaluación, continuará con la actividad lectiva hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clase y podrá proceder a su recuperación en la evaluación final de junio. Para ello, el profesor responsable del módulo establecerá un plan de recuperación individualizado.

El alumnado que no haya asistido de forma regular durante el curso y quiera hacer uso de la convocatoria de evaluación final, se le realizará una prueba que comprenda la evaluación de todos los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo.

En caso de sorprender al alumnado copiando o evidenciar que se han copiado actividades o trabajos, esas pruebas serán calificadas con un cero.

## CALIFICACIÓN DEL ALUMNADO

La evaluación conllevará una calificación que reflejará los resultados obtenidos por el alumnado o alumna en su proceso de enseñanza-aprendizaje. La calificación de los módulos profesionales de formación en el centro educativo se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.

Se considera que un RA está superado cuando la media de sus CEs asociados sea 5 o mayor (sin redondeo). Se considera que el módulo está superado si la media ponderada de sus RAs es 5 o mayor (sin redondeo).

## CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

**Ver Anexo I.**

Notas:

La ponderación de los resultados de aprendizaje se ha efectuado teniendo en cuenta variables como: importancia del contenido dentro del módulo y carga horaria asignada.

Para la evaluación de la formación del alumnado en el centro educativo se utilizarán los instrumentos establecidos al efecto.

Para la evaluación de la formación del alumnado en la empresa se utilizará la valoración aportada por el tutor laboral.

## 6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

La Ley Orgánica de Educación 2/2006 de 3 de mayo, afirma que es “alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo” el que presenta necesidades educativas especiales debido a una discapacidad o a graves trastornos de la personalidad, el que tiene altas capacidades intelectuales, y el que se incorpora tardíamente al Sistema Educativo español y presenta dificultades lingüísticas y/o en sus competencias básicas.

El Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo, en su artículo 17, dicta que

“A fin de promover los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, la Consejería competente en materia de educación dispondrá recursos humanos y materiales que promuevan el acceso de estas personas al currículo de estas enseñanzas.

A tal efecto, desde el departamento de orientación del centro educativo, se facilita una serie de Adaptaciones que entre otras medidas pueden llevarse a cabo con este alumnado. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.

### **ADAPTACIONES METODOLÓGICAS**

- Situarlo en el sitio adecuado en clase, a fin de captar mejor su atención.
- Explicación adaptada de las pruebas.
- Adecuación de la cantidad de actividades.
- Estrategias de motivación y refuerzo positivo.
- Utilización recursos TIC's

### **ADAPTACIÓN EN LA EVALUACIÓN**

- Tipo de examen distinto.
- Reducir el número de preguntas.
- Dar más tiempo para la realización.
- Explicar adecuadamente el examen.

### **ADAPTACIÓN EN LOS CONTENIDOS**

- Exigidos a nivel que se establezcan en el currículo.

## **7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS**

- Aula polivalente.
- Ordenador profesorado con cañón y altavoces para la reproducción de imágenes, presentaciones y visualización de videos.
- Ordenadores para el alumnado con acceso a Internet.
- Procesador de textos, hojas de cálculo y bases de datos.
- Herramientas digitales (Google Workspace, Canva, Genially, Kahoot, Socrative, etc.)
- Prensa digital.
- Revistas especializadas en comunicación empresarial.

Uso de las tecnologías de la información y la comunicación: Acceso a Internet como búsqueda de información.

Libro de texto: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE. Ed. Mc Graw-Hill. ISBN: 978-84-486-2406-4.

## 8. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

<b>PRIMER TRIMESTRE</b>	
<b>TEMPORALIZACIÓN</b>	<b>DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD</b>
Septiembre	Jornada Acogida.
Noviembre	Día Internacional contra la violencia de género.
Noviembre	Bocadillo solidario.
Noviembre	Voluntariado SMA.
Noviembre	Visita Cultural. Córdoba y/o Granada
Noviembre	Visita a Software del Sol y Museo del Aceite
Diciembre	Celebración de la Navidad

<b>SEGUNDO TRIMESTRE</b>	
<b>TEMPORALIZACIÓN</b>	<b>DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD</b>
Febrero	Día Santa Nazaria.
Febrero	Visita fabrica Family Biscuits.
Febrero	Bocadillo solidario.
Febrero	Día de San Valentín. Residencia Fuente de la Peña. Voluntariado SMA.
Febrero	Jornada de Puertas Abiertas.
Marzo	Día de la Mujer.
Marzo	Campaña de recogida de alimentos. Voluntariado SMA.

<b>TERCER TRIMESTRE</b>	
<b>TEMPORALIZACIÓN</b>	<b>DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD</b>
Abril	Primavera en familia/ Fiesta de la primavera
Abril	Día del libro.
Abril	Visita 123 emprende
Mayo	Misa de campaña.
Mayo	Jornada Mariana
Junio	Acto de Graduación

Nota. Estas actividades se han diseñado a tenor de los objetivos generales y competencias personales, profesionales y sociales del ciclo formativo, y estarán sujetas a la evolución de la situación sanitaria

## 9. TUTORÍAS

Se establece una hora de tutoría individual para el alumnado, previa cita con el profesorado.



## 10. ANEXO I

CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Módulo Profesional: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente

Criterios de Calificación: Tabla ponderación de Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación

**MORADO: FORMACIÓN INICIAL TODO EL ALUMANDO**

**ROJO: FORMACIÓN EN LA EMPRESA ALUMNADO DUAL Y EN EL AULA ALUMNADO NO DUAL**

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Ponderación RA	Pesos:			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	TRIMESTRE
		40,00%	30,00%	30,00%		
		POND. CE 1T	POND. CE 2T	POND. CE 3T		
RA1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	12,45%	1,54%			1.a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.	1
		1,54%			1.b) Se ha distinguido entre comunicación e información.	1
		1,54%			1.c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.	1
		1,54%			1.d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.	1
				1,07%	1.e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.	3
		1,54%			1.f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.	1
		1,54%			1.g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.	1
				1,07%	1.h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.	3

				1,07%	1.i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.	3	
RA2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	13,98%	1,54%			2.a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	1	
		1,54%			2.b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	1	
		1,54%			2.c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales. (UT 5)	1	
		1,54%			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.	1	
		1,54%			2.e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. (UT5)	1	
				1,07%		2.f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.	3
				1,07%		2.g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	3
				1,07%		2.h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	3
		1,54%				2.i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.	1
		1,54%				2.j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.	1
RA3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la	15,05%	1,54%			3.a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.	1	
		1,54%			3.b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	1	

empresa y de la Administración Pública.		1,54%			3.c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	1
		1,54%			3.d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	1
		1,54%			3.e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. (UT 5)	1
		1,54%			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. (UT 5)	1
		1,54%			3.g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	1
				1,07%	3.h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.	3
				1,07%	3.i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	3
				1,07%	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
				1,07%	3.k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	3
RA4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	13,52%	1,54%			4.a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	1
		1,54%			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.	1

		1,54%		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.	1
		1,54%		4.d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones	1
		1,54%		4.e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	1
			1,07%	4.f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.	3
			1,07%	4.g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	3
		1,54%		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.	1
			1,07%	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.	3
			1,07%	4.j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	3
RA5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	11,10%		1,07%	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.	3
			1,36%	5.b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	2
			1,36%	5.c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.	2
			1,36%	5.d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.	2

		1,36%		5.e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.	2
			1,07%	5.f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	3
			1,07%	5.g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	3
			1,07%	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.	3
		1,36%		5.i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.	2
RA6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	12,47%	1,36%		6.a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	2
			1,07%	6.b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	3
		1,36%		6.c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	2
		1,36%		6.d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	2
		1,36%		6.e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.	2
			1,07%	6.f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	3
			1,07%	6.g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	3
		1,36%		6.h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.	2
		1,36%		6.i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.	2
			1,07%	6.j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	3
	8,67%	1,36%		7.a) Se ha identificado el concepto de marketing.	2

RA7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.			1,07%	7.b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.	3	
			1,36%	7.c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	2	
			1,36%	7. .d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	2	
				1,07%	7.e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	3
			1,36%		7.f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	2
				1,07%	7.g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	3
RA8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	12,76%		1,36%	8.a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.	2	
			1,36%	8.b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	2	
			1,36%	8.c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	2	
			1,36%	8.d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	2	
				1,07%	8.e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.	3
				1,07%	8.f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	3
			1,36%		8.g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post- venta en los procesos comerciales.	2
			1,36%		8.h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.	2
			1,36%		8.i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post- venta.	2

				1,07%	8.j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.	3
--	--	--	--	-------	--	---