



CENTRO EDUCATIVO
"SANTA MARÍA DE LOS APÓSTOLES"

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



CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO

"TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES"

GUÍA DIDÁCTICA DEL MÓDULO:

1234 SERVICIOS DE TINCIÓN COMERCIAL

Modalidad Dual

Curso: 2023/2024

Departamento: Administrativo y Comercio
Profesor/a: Inmaculada Ruiz Cobo

ÍNDICE

1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO	3
2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL.....	4
<u>2.1. PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE</u>	5
<u>2.2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS</u>	5
3. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN	11
4. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS 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	15
9. TUTORÍAS.....	15
ANEXO I.....	16

1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

DATOS DE REFERENCIA DEL MÓDULO PROFESIONAL	
DATOS	DESCRIPCIÓN
IDENTIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Código/Módulo Profesional: 1234 SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL• Familia Profesional: COMERCIO Y MARKETING• Título: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES• Grado: MEDIO
DISTRIBUCIÓN HORARIA	<ul style="list-style-type: none">• Curso: 2º• Horas: 84• Horas semanales: 4
TIPOLOGÍA DE MÓDULO	<ul style="list-style-type: none">• Asociado a UC's UC0241_2: Ejecutar las acciones de servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.
BREVE SÍNTESIS DEL MÓDULO	Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar funciones relacionadas con el servicio de atención al cliente y con la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.

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 1688/2011** de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas (BOE 27/11/11).
- **Orden de 28 de Julio de 2015**, por el que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales (BOJA 181 de 16/09/2015).
- **Orden ECD/73/2013**, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
- **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.

IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO

Según el RD 1688/2011 el título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Actividades Comerciales.
- Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.
- Duración: 2.000 horas.
- Familia Profesional: Comercio y Marketing.
- Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3 b.

El perfil profesional del título de Técnico en Actividades Comerciales 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.

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL

MODULO PROFESIONAL: SERVICIOS DE TENCIÓN COMERCIAL. CÓDIGO: 1234

DURACIÓN: 84 HORAS (4 HORAS /SEMANA)

RELACIÓN DE COMPETENCIAS Y OBJETIVOS ASOCIADOS AL MÓDULO PROFESIONAL		
CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES		
MÓDULO PROFESIONAL: 1234 SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL		
OBJETIVOS GENERALES	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.	j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.	RA 1 RA 3 RA 5
q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a las diferentes situaciones profesionales y laborales	m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.	RA 4
r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía. u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.	n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.	RA 4
s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presenten en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.	ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.	RA 4
t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.	o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.	RA 2 RA 5

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”	q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios	RA 3 RA 6
w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.		RA 1 RA 2

2.1. PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar funciones relacionadas con el servicio de atención al cliente y con la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario, tales como:

- Desarrollo de acciones de información al cliente/consumidor/usuario.
- Organización, tratamiento y archivo de documentación relativa al servicio de atención al cliente.
- Aplicación de técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente y gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamaciones.
- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad de los servicios de atención/información al cliente/consumidor/usuario.
- Desarrollo de acciones previstas en planes de calidad y mejora del servicio de atención al cliente.
- Desarrollo de acciones previstas en programas de fidelización de clientes.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Los departamentos de atención al cliente/consumidor/usuario de empresas y organizaciones públicas y privadas.

2.2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	
MÓDULO PROFESIONAL: 1234 SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL	
RA 1: Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización..	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado los diferentes tipos de clientes y la forma de atenderlos.	- La atención al cliente en las empresas y organizaciones. Tipos de clientes y tratamiento. - Gestión de las relaciones con clientes. La orientación al cliente. Atención directa, telefónica y electrónica, entre otras. - La identidad corporativa y la imagen de marca. Influencia en el posicionamiento y diferenciación de la empresa.
b) Se han establecido los objetivos de las relaciones con los clientes, identificando las principales vías de contacto con éstos.	
c) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones	- Funciones. Información, atención de incidencias y seguimiento postventa, entre otras.

d) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.	- Estructura y organización. Funcional, geográfica, por productos y/o servicios, por clientes y por procesos, entre otros.
e) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.	- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización. Con el de marketing y relaciones públicas, con el de ventas, y con otros.
f) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.	- Estructuras organizativas. Organigramas. Tipos. Por su fin, su ámbito, su contenido, su forma, entre otros. Diseño.
g) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.	- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario. - Servicio pre-venta. Demostraciones, pruebas del producto, entre otros. - Servicio post-venta. Instalación, asesoramiento, garantía, reparaciones, reclamaciones, quejas, devoluciones, sustitución temporal del producto, entre otros.
h) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.	- Los contact center. Concepto. - Funciones que desarrollan en la relación con los clientes. Recepción de llamadas o Inbound, emisión de llamadas u Outbound, entre otras. - Tipología. De operación independiente o interconectado, entre otros. - Servicios que prestan a las empresas. Soporte o asistencia sobre productos, servicios o información solicitada entre otros.

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	
MÓDULO PROFESIONAL: 1234 SERVICIOS DE TENCIÓN COMERCIAL	
RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.	- La comunicación en la empresa. Información y comunicación. Diferencias. - El proceso de comunicación. Elementos. Fases del proceso. Dificultades y barreras.
b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.	- Tipos de comunicación. Interna y externa, formal e informal, verbal y no verbal, entre otras.
c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.	- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente. La publicidad, las relaciones públicas, la publicity y el patrocinio, entre otras. El sistema de comunicación integral.
d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.	- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo. - La comunicación oral. La entrevista, el debate, la mesa redonda, la charla, la conferencia y el discurso, entre otros. La comunicación telefónica. Recepción y emisión de llamadas, La sonrisa telefónica. La comunicación no verbal. El lenguaje corporal. - Le empatía, la escucha activa, la asertividad, entre otras. - La comunicación escrita. Interna y externa. - Las cartas comerciales. Estructura y tipos. - Comunicaciones formales. Instancia, recurso, certificado, declaración, oficio, solicitud, informe y carta circular, entre otros.

	<ul style="list-style-type: none"> - La comunicación escrita a través de la red. Internet/Intranet. La página web y el comercio electrónico, entre otros. - El correo electrónico. Elementos y redacción. La mensajería instantánea. - Comunicación en tiempo real. Chat y videoconferencia. Comunicación diferida. Foros.
e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.	<ul style="list-style-type: none"> - Le empatía, la escucha activa, la asertividad, entre otras.
f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.	<ul style="list-style-type: none"> - La comunicación oral. La entrevista, el debate, la mesa redonda, la charla, la conferencia y el discurso, entre otros. La comunicación telefónica. Recepción y emisión de llamadas, La sonrisa telefónica. La comunicación no verbal. El lenguaje corporal.
g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.	<ul style="list-style-type: none"> - Las cartas comerciales. Estructura y tipos. - Comunicaciones formales. Instancia, recurso, certificado, declaración, oficio, solicitud, informe y carta circular, entre otros
h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.	<ul style="list-style-type: none"> - La comunicación escrita a través de la red. Internet/Intranet. La página web y el comercio electrónico, entre otros. - El correo electrónico. Elementos y redacción. La mensajería instantánea. - Comunicación en tiempo real. Chat y videoconferencia. Comunicación diferida. Foros.

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	
MÓDULO PROFESIONAL: 1234 SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL	
RA 3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticos.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.	<ul style="list-style-type: none"> -Técnicas de organización y archivo de documentación. Finalidad y funciones del archivo. - Tipos de archivos. Archivos centralizados y descentralizados, activos, semiactivos e inactivos, manuales e informáticos, entre otros. - Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos. Alfabética, numérica, alfanumérica, cronológica, temática y geográfica, entre otros.
b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.	
c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.	<ul style="list-style-type: none"> -Organización de documentos de atención al cliente. Tipos. Felicitación, sugerencia, queja y reclamación, entre otros.
d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> -Información relativa a los clientes. - Ficheros de clientes. Elaboración y actualización. - Las bases de datos. Tipos. Estructura. Funciones. Sistemas gestores de bases de datos. Ventajas. - Bases de datos documentales. On line, en CD-ROM, hipertexto o hipermedia, entre otros.

<p>e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.</p> <p>f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.</p>	<p>–Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejo de bases de datos de clientes. Tratamiento de la información. Introducción, grabación, modificación y actualización de datos. Acceso a la información. Realización de consultas. - Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes. Fuentes internas y externas. Partes.
<p>g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente</p>	<p>–Normativa legal en materia de protección de datos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El derecho fundamental a la protección de datos. - El tratamiento de los datos de carácter personal. - La Agencia Española de Protección de Datos y el Registro General de Protección de Datos. - Medidas de seguridad y documento de seguridad

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	
MÓDULO PROFESIONAL: 1234 SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL	
RA 4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.</p>	<p>–Concepto de consumidor y usuario. Comportamiento y causas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consumidores y usuarios finales e industriales. Diferencias en el proceso de compra.
<p>b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.</p>	<p>–La defensa del consumidor. Normativa legal, La Constitución Española. Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. Leyes autonómicas. Normativa comunitaria.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Derechos del consumidor. A una información correcta, a la protección de los intereses económicos y sociales, a la reparación de los daños y perjuicios sufridos, a la salud y a la seguridad, a la audiencia en consulta, entre otros.
<p>c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.</p>	<p>–Instituciones al servicio del consumidor.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. Asociaciones de consumidores y usuarios, Cooperativas de consumo, Asociaciones de empresarios o empresarias, entre otras. - Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. Asociaciones de consumidores y usuarios, Cooperativas de consumo, Asociaciones de empresarios o empresarias, entre otras.
<p>d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/ consumidor/usuario en materia de consumo.</p>	<p>–Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias. Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, entre otras.</p>
<p>e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.</p>	<p>–Fuentes de información en materia de consumo. Centro de información y documentación del Consumo, Organización de Consumidores y Usuarios, Info Consumo, Consumer International, entre otras.</p>

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	
MÓDULO PROFESIONAL: 1234 SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL	
RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.	–Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo. Mal servicio, productos defectuosos, información inadecuada, publicidad engañosa, mala atención, entre otras.
b) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente..	–Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias. Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, entre otras.
c) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente. d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente. g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias. h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.	–Tramitación y gestión de reclamaciones y denuncias. - Fases del proceso. Recepción, petición de documentación, análisis, tramitación/validación, no tramitación, canalización, gestión/proceso, y cierre. - Procedimiento de recogida de las reclamaciones. Forma. En el establecimiento, en la concejalía de la CC.AA., en la página web de la consejería de la CC.AA., por vía telemática, a través de asociaciones de consumidores y usuarios, etc. Cumplimentación de la hoja de reclamación. - Proceso de tramitación. Plazos. Inicio de acciones, mediación y arbitraje. El laudo. - Las reclamaciones ante la administración. La denuncia. El silencio administrativo.
e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.	–Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones. - Tratamiento personal. Comunicación no verbal. - Escrita o telemática. Modelos de respuesta. - Atención telefónica, Método BAP (Breve, activo y positivo) –Tratamiento al cliente ante quejas y reclamaciones. Escucha activa, empatía, asertividad, desdramatización y autocontrol, entre otras.
f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.	–La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones. Objetivos y aspectos a negociar. - El plan de negociación. Fases. Preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo. - Técnicas de negociación en las reclamaciones. Tipos de negociación, Técnicas competitivas (yo gano, tu pierdes) y colaborativas (yo gano, tu ganas), entre otras.

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	
MÓDULO PROFESIONAL: 1234 SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL	
RA 6. Re Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.	–Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. Poca cualificación profesional, políticas demasiado estrictas, informalidad, miopía de marketing, entre otras.

b) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.	– Tratamiento de las anomalías. Subsanación de errores, negociación y compensación, entre otros.
c) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.	– Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente. Objetivos y elementos. - Evaluaciones internas y externas. - Encuestas, confección de índices de eficacia, lectura y revisión de los partes de incidencias, entre otros.
d) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.	– Normativa aplicable en la atención al cliente. Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal.
e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado. f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.	– Métodos para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio. - Modelo ACSI. Expectativas del cliente, calidad percibida, valor percibido, quejas y fidelidad del cliente, entre otros. - Consultas realizadas a los clientes. Cuestionario de satisfacción, entrevista personal, telefónica, postal, on-line, entre otras.
g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.	– El plan de calidad total del producto y del servicio. Objetivos. - Ciclo de Deming o modelo PDCA de mejora continua de la calidad. - Sistemas de medida y control de la calidad. Criterio, indicador y estándar de calidad. - La norma ISO 9001. La certificación de calidad. AENOR
h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).	– Estrategias y técnicas de fidelización de clientes. - Estrategia de defensa. Mejora de la calidad de productos y servicios. - Estrategias ofensivas. Programas de fidelización de clientes. Tarjetas de fidelización, Centro de llamadas (Call Center), regalos, descuentos y promociones, entre otros.

3. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES

Módulo Profesional: 1234 SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL

Planificación de la temporalización de las Unidades de Trabajo

 Formación inicial

 Formación en alternancia (alumnos no duales)

1ª EVALUACIÓN													2ª EVALUACIÓN							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
UT 1. PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y USUARIO																				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
UT 2. COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA																				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
UT 3. ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO DE LA DOCUMENTACIÓN FÍSICA																				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
UT 4. CONTROL DE LA CALIDAD Y MEJORA DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE																				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
UT 5. ACTIVIDADES DE ATENCIÓN E INFORMACIÓN AL CLIENTE																				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
UT 6. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE																				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
UT 7. DETECCIÓN, ATENCIÓN Y TRAMITACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES																				

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 de abordar el desarrollo de contenidos puede seguir las fases que, a continuación, se detallan:

1. Situación de unidad en el contexto general del módulo.
2. Sondeo de la situación de partida mediante la realización de preguntas.
3. Esquematización general del tema.
4. Exposición de contenidos.
5. Realización de tareas, actividades, prácticas, etc.
6. Resolución de dudas y preguntas.
7. Síntesis y transferencia: permite a los alumnos 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 Servicios de Atención Comercial 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 2º curso se realizarán dos evaluaciones parciales correspondientes a los dos primeros 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 orales

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Prueba

Trabajo

Cuaderno

Práctica

Supuesto

Exposición

Debate

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 que 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 alumno 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, sin redondeo, y negativas las restantes.

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

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Ver Anexo I

Nota:

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 el centro de trabajo 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	ADAPTACIÓN EN LA EVALUACIÓN	ADAPTACIÓN EN LOS CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none">• Situarlo en el sitio adecuado en clase.• Explicaciones adecuadas a su adaptación.• Adecuación de la cantidad de actividades.• Estrategias de motivación y refuerzo positivo• Utilización recursos TIC's	<ul style="list-style-type: none">• Uso de distintas técnicas e instrumentos de evaluación• Reducir el número de preguntas.• Dar más tiempo para la realización.• Explicación adaptada de las pruebas	<ul style="list-style-type: none">• Contenidos que garanticen la adquisición de los CEs y RAs

7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Disponemos de un aula donde se imparten las clases. Para la exposición teórica, se contará con recursos como: PC con conexión a internet, proyector de imágenes con el cañón, una pantalla de proyección y recursos tradicionales como la pizarra para tiza

Para un correcto desarrollo de las actividades los alumnos y alumnas contarán con: mesas de trabajo.

Acceso a internet. Utilización de la plataforma Workspace como instrumento de comunicación e interactividad así como la plataforma BlinkLearning, haciendo más fácilmente accesibles determinados contenidos al alumnado.

Libro de texto: SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL. Ed. McGrawHills.

8. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

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

SEGUNDO TRIMESTRE CFGM	
TEMPORALIZACIÓN	DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD
Febrero	Día Santa Nazaria
Febrero	Visita a la Fábrica Family Biscuits
Febrero	Bocadillo solidario.
Febrero	Jornada de Puertas Abiertas.
Marzo	Actividad Multiaventura Cubillas
Marzo	Día de la Mujer.
Marzo	Campaña de recogida de alimentos. Voluntariado SMA.

TERCER TRIMESTRE CFGM	
TEMPORALIZACIÓN	DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD
Abril	Primavera en familia/ Fiesta de la primavera
Abril	Día del libro.
Mayo	Misa de campaña.
Mayo	Jornada Mariana.
Mayo	Acto de Graduación.
Junio	Fiesta Fin de Curso.

Estas actividades se han diseñado a tenor de los objetivos generales y competencias personales, profesionales y sociales del ciclo formativo.

9. TUTORÍAS

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

ANEXO I

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	PONDERACIÓN RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN CE POR RA	PONDERACIÓN CE
RA 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.	20%	1.a) Se han identificado los diferentes tipos de clientes y la forma de atenderlos.	12,5%	2,50%
		1.b) Se han establecido los objetivos de las relaciones con los clientes, identificando las principales vías de contacto con éstos.	12,5%	2,50%
		1.c) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.	12,5%	2,50%
		1.d) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.	12,5%	2,50%
		1.e) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.	12,5%	2,50%
		1.f) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.	12,5%	2,50%
		1.g) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.	12,5%	2,50%
		1.h) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.	12,5%	2,50%
RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.	15%	2.a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.	10,0%	1,50%
		2.b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.	12,0%	1,80%
		2.c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.	10,0%	1,50%
		2.d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.	15,0%	2,25%
		2.e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.	15,0%	2,25%
		2.f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.	15,0%	2,25%
		2.g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.	13,0%	1,95%
		2.h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando	10,0%	1,50%
RA 3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticos.	20%	3.a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.	15,0%	3,00%
		3.b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.	15,0%	3,00%
		3.c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.	15,0%	3,00%
		3.d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.	15,0%	3,00%
		3.e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.	15,0%	3,00%
		3.f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.	15,0%	3,00%
		3.g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.	10,0%	2,00%

RA 4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.	10%	4.a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.	20,0%	2,00%
		4.b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.	20,0%	2,00%
		4.c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.	20,0%	2,00%
		4.d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/ consumidor/usuario en materia de consumo.	20,0%	2,00%
		4.e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.	20,0%	2,00%
RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.	15%	5.a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.	10,0%	1,50%
		5.b) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente..	15,0%	2,25%
		5.c) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente.	15,0%	2,25%
		5.d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.	15,0%	2,25%
		5.e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.	15,0%	2,25%
		5.f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.	10,0%	1,50%
		5.g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.	10,0%	1,50%
		5.h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.	10,0%	1,50%
RA 6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.	20%	6.a) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.	12,5%	2,50%
		6.b) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.	12,5%	2,50%
		6.c) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.	12,5%	2,50%
		6.d) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.	12,5%	2,50%
		6.e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.	12,5%	2,50%
		6.f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.	12,5%	2,50%
		6.g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.	12,5%	2,50%
		6.h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de la	12,5%	2,50%
	100%			100%