

16.5.10.- MÓDULO 10 SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL Código 1234

Módulo profesional:	Servicios de atención comercial
Código:	1234
Ciclo formativo:	Actividades Comerciales
Grado:	Medio
Familia Profesional:	Comercio y Marketing
Duración:	95 horas
Curso:	2º
Especialidad del profesorado:	Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Módulo asociado a la unidad de competencia:	UC0241_2: Ejecutar las acciones de servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

A.- OBJETIVOS GENERALES QUE SE ALCANZAN CON ESTE MÓDULO

- 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.
- 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 diferentes situaciones profesionales y laborales.
- 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.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- 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.
- 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.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- 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.

B.- COMPETENCIAS GENERALES QUE SE ALCANZAN CON DICHO MÓDULO

- 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
- 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.
- 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.

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.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

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.

C.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Desarrolla actividades de atención/información a la clientela, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado las funciones del departamento de atención a la clientela de distintos tipos de empresas y organizaciones.

b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención a la clientela según características de la empresa u organización.

c) Se han definido las relaciones del departamento de atención a la clientela con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.

d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.

e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención a la clientela, teniendo en cuenta la legislación vigente.

f) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.

2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela, personas consumidoras y usuarias, proporcionando la información solicitada.

Criterios de evaluación:

a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.

b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.

c) Se han descrito las fases del proceso de información a la clientela y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.

d) Se ha solicitado la información requerida por la clientela al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.

e) Se ha facilitado información a supuesta clientela, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.

f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuesta clientela, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.

g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención a la clientela, aplicando las técnicas adecuadas.

h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de la clientela, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.

3. Organiza la información relativa a la relación con la clientela, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.
- 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 a la clientela personas consumidoras y usuarias.
- d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a la clientela.
- e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con la clientela (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de la clientela en la herramienta de gestión de las relaciones con la clientela.
- g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.

4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa de personas consumidoras y usuarias , analizando las competencias de cada una de ellas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el concepto de persona consumidora y usuaria, diferenciando las consumidoras finales y las industriales.
- b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos de las personas consumidoras y usuarias.
- c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección a personas consumidoras y usuarias, describiendo sus competencias.
- d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones a la clientela, personas consumidoras y usuarias en materia de consumo.
- e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.

5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones de la clientela/ persona consumidora, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- b) 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 de la clientela.
- c) Se ha informado a la clientela de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.
- d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.
- e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.
- f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones de la clientela.
- 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.

6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información a la clientela.
- b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.
- c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención a la clientela y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.
- e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción de la clientela 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.
- g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.
- h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientela, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con la clientela (CRM).

D.- CONTENIDOS

UD 1 Desarrollo de actividades de atención/información a la clientela:

Conceptos

- 1.1.- La atención a la clientela en las empresas y organizaciones.
- 1.2.- Gestión de las relaciones con clientela.
- 1.3.- La identidad corporativa y la imagen de marca.
- 1.4.- Servicios de atención a la clientela y personas consumidoras y usuarias.
- 1.5.- El departamento de atención a la clientela en las empresas y organizaciones.
- 1.6.- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.
- 1.7.- Estructuras organizativas: organigramas.
- 1.8.- Tipos de organigramas.
- 1.9.- Los contact centers. Funciones que desarrollan en la relación con la clientela. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.

Procedimientos

- 1. Tipificación de las funciones del Departamento de Atención al Cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.
- 2. Identificación de los diferentes tipos de organización del Departamento de Atención al Cliente según características de la empresa u organización.
- 3. Definición de las relaciones del Departamento de Atención al Cliente con el de *Marketing*, el de Ventas y otros departamentos de la empresa.
- 4. Confección de organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.

5. Diferenciación de las áreas de actividad y acciones del Servicio de Atención al Cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.
6. Detalle de las funciones de los *contact centers* y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
2. Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas.
3. Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades

UD 2 Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela:

Conceptos

- 2.1.- La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
- 2.2.- El proceso de comunicación.
- 2.3.- Tipos de comunicación.
- 2.4.- Técnicas de comunicación en situaciones de información a la clientela.
- 2.5.- La empatía.
- 2.6.- La asertividad.
- 2.7.- La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
- 2.8.- La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes.
- 2.9.- Otros documentos escritos.
 - 2.9.1.- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
 - 2.9.2.- El correo electrónico. La mensajería instantánea.
 - 2.9.3.- Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).

Procedimientos

1. Descripción del proceso de comunicación, los elementos que intervienen, y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.
2. Identificación de los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.
3. Descripción de las fases del proceso de información al cliente o clienta y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.
4. Petición de la información requerida por el cliente o clienta al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.
5. Comunicación de información a supuestos clientes y clientas, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.
6. Celebración de conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes y clientas, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.
7. Redacción de escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.
8. Uso y gestión del correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes y clientas, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

2. Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas.
3. Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades

UD 3 Organización de la información relativa a la relación con la clientela:

Conceptos

- 3.1.- Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
- 3.2.- Tipos de archivos.
- 3.3.- Organización de documentos de atención a la clientela.
- 3.4.- Ficheros de clientela.
- 3.5.- Las bases de datos.
- 3.6.- Bases de datos documentales.
- 3.7.- Herramientas de gestión de las relaciones con clientela (CRM).
- 3.8.- Manejo de bases de datos de clientela.
- 3.9.- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
- 3.10.- Normativa legal en materia de protección de datos.

Procedimientos

1. Descripción de las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manual como informática.
2. Descripción de las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.
3. Clasificación de los distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.
4. Elaboración, actualización y consulta de bases de datos con la información relativa a la clientela.
5. Manejo de herramientas de gestión de las relaciones con la clientela (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.
6. Registro de la información relativa a las consultas o solicitudes de la clientela en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes y clientas.
7. Aplicación de métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
2. Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas.
3. Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

UD 4 Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa de personas consumidoras y usuarias **conceptos**

- 4.1.- Concepto de persona consumidora y usuaria.
- 4.2.- Personas consumidoras y usuarias finales e industriales.
- 4.3.- Derechos de las personas consumidoras.
- 4.4.- La defensa de las personas consumidoras. Normativa legal.
- 4.5.- Instituciones públicas de protección a las personas consumidoras. Tipología. Competencias.

4.6.- Entidades privadas de protección a las personas consumidoras. Tipología. Competencias

Procedimientos

1. Definición del concepto de “consumidor” o “consumidora” y “usuario” o “usuaria”, diferenciando los consumidores o consumidoras finales y los industriales.
2. Identificación de la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor o consumidora y usuario o usuaria.
3. Identificación de las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor o consumidora y usuario o usuaria, describiendo sus competencias.
4. Interpretación de la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario o de la clienta/consumidora/usuaria en materia de consumo.
5. Descripción de las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
2. Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.
3. Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea

UD 5 Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones de la clientela/personas consumidoras:

Conceptos

- 5.1.- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- 5.2.- Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
- 5.3.- Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
- 5.4.- Procedimiento de recogida de las reclamaciones.
- 5.5.- Proceso de tramitación de las reclamaciones.
- 5.6.- Las reclamaciones ante la Administración.
- 5.7.- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.
- 5.8.- Tratamiento a la clientela ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad.
- 5.9.- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.
- 5.10.- El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo.
- 5.11.- Técnicas de negociación en las reclamaciones.

Procedimientos

1. Identificación de los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo
2. Descripción del procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente o clienta.
3. Información al cliente o clienta de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.
4. Cumplimentación de la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.
5. Aplicación de técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.

6. Uso de técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente o clienta.
7. Tipificación, descripción, y cumplimentación de los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.
8. Información al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos

Actitudes

1. Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas.
2. Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.
3. Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea

UD 6 Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela y personas consumidoras y usuarias:

Conceptos

- 6.1.- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información a la clientela y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- 6.2.- Tratamiento de las anomalías.
- 6.3.- Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención a la clientela.
- 6.4.- Normativa aplicable en la atención a la clientela.
- 6.5.- Estrategias y técnicas de fidelización de clientela.
- 6.6.- Programas de fidelización de clientela.

Procedimientos

1. Identificación de los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.
2. Realización del seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.
3. Formulación de las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
4. Descripción de las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.
5. Aplicación de técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente o clienta y la eficacia del servicio prestado.
6. Redacción de informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.
7. Aplicación de las acciones establecidas en el Plan de Mejora de la Calidad del Servicio, utilizando aplicaciones informáticas.
8. Desarrollo de las acciones establecidas en el Plan de Fidelización de Clientes y Clientas, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con la clientela (CRM).

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
2. Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.
3. Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

E.-MÍNIMOS

1ªevaluación

1. Identificación y análisis de los consumidores/clientes/usuarios y consumidoras/clientas/usuarias.
2. Organización, tratamiento y archivo de bases de datos documentales y de clientes y clientas.
3. Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento al cliente o clienta y en la gestión de quejas y reclamaciones.
4. Elaboración de una guía de atención al cliente: la acogida, las normas de cortesía y la rentabilidad de las "buenas maneras", la comunicación, atención telefónica y TIC, el público y la empresa, las 5 estrellas en la calidad del servicio, el cuidado de la imagen y comportamiento laboral, la opinión del cliente o clienta y los regalos publicitarios, y el proceso de recuperación del cliente o clienta.

2ªEvaluación

1. Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo.
2. Procesos del tratamiento de las quejas/reclamaciones.
3. Elaboración de informes.
4. Manejo de bases de datos y herramientas informáticas de gestión de las relaciones con la clientela.
5. Análisis de consultas y reclamaciones en materia de consumo, para establecer las líneas de actuación de acuerdo con la legislación y procedimientos establecidos.
6. Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad del servicio de atención/información al cliente.
7. Planteamiento de acciones de fidelización de la clientela.

F.- DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LAS UNIDADES DIDACTICAS

Unidades de Trabajo	Evaluación	Horas previstas	Resultado de aprendizaje relacionado
1 Desarrollo de actividades de atención/información a la clientela:	1º	15	RA 1
2 Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela:	1ª	16	RA 2
3 Organización de la información relativa a la relación con la clientela:	1ª	16	RA 3
4 Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa de personas consumidoras y usuarias	2ª	16	RA 4
5 Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones de la clientela/personas consumidoras:	2ª	16	RA 5
6 Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela y personas consumidoras y usuarias:	2ª	16	RA 6

G.-TRANSVERSALIDAD

Unidades	E. AMBIENTAL	E. CONSUMO	E. COMUNICACION	E. SOLIDARIDAD	E. CONV. PAZ Y	E. NO SEXISTA	E. PARA LA SALUD	EDUCAC. VAL
1 Desarrollo de actividades de atención/información a la clientela:	x	X	x		x	X	x	
2 Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela:	x	x	x	x	X	x		
3 Organización de la información relativa a la relación con la clientela:	X	X	x	X	X	X		
4 Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa de personas consumidoras y usuarias		X	x	X	X	x		
5 Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones de la		X	x	X	X	x		
6 Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela y personas consumidoras y	x	X	x	x	X	x		

H.-METODOLOGÍA DIDÁCTICA.

Los contenidos conceptuales encuentran su principal sentido en construir una base sólida para el desarrollo de los contenidos procedimentales. Deberán abordarse con la amplitud suficiente para poder responder a las situaciones más habituales que al alumnado se le van a presentar en el puesto de trabajo. Las actividades que se programen deberán ir dirigidas, en todo momento, al logro de los resultados de aprendizaje. Si la capacidad de los grupos y el tiempo lo permitieran, no deberán descartarse acciones dirigidas a ampliar los objetivos diseñados.

El desarrollo de las unidades didácticas con estructura mayoritariamente conceptual se aconseja realizarlo utilizando métodos expositivos, que permitirán, siempre, al alumnado, intervenir en el desarrollo de la exposición, posibilitando, de este modo, el análisis de las situaciones presentadas, así, conseguiremos un aprendizaje dinámico e interactivo. También resultará conveniente que el profesorado reparta diversas actividades de auto-evaluación, para que los alumnos y alumnas comprueben por sí mismos la progresión de su aprendizaje.

Es una acción educativa prioritaria la conversión en procedimientos de los contenidos conceptuales. Entre los numerosos modos de poner en práctica los contenidos conceptuales, resulta particularmente útil el aprendizaje basado en actividades que desarrollen el estudio de casos prácticos.

En este aprendizaje se aconseja comenzar con actividades sencillas que favorezcan la confianza del alumnado, para ir aumentando, gradualmente, los niveles de dificultad, hasta alcanzar el nivel de competencia requerido.

El análisis de casos prácticos permite simular situaciones reales, en las que el alumnado deberá realizar procesos en los que intervendrán los contenidos conceptuales y procedimentales programados. Asimismo, este estudio se verá reforzado proponiendo la creación de equipos de trabajo, de tal forma que se promuevan determinados valores actitudinales presentados dentro de los contenidos.

Es importante recalcar la necesidad de realizar la documentación relacionada con la resolución de las quejas y reclamaciones, atendiendo al cliente/usuario o clienta/usuario, utilizando las TIC, y haciendo especial mención a las herramientas de gestión de las relaciones con la clientela (CRM), así como a la forma de comunicación en tiempo real (*chat* y videoconferencia), comunicación diferida (foros) y las que propicien comunicaciones virtuales.

La resolución de actividades y casos prácticos pueden utilizarse como instrumento de evaluación. Además, en determinados momentos, será necesario establecer pruebas individuales de carácter tradicional.

En este módulo se considera especialmente deseable y enriquecedor que el alumnado aborde el desarrollo de plantear situaciones de atención al cliente, consumidor o usuario, plantear la presentación de quejas y reclamaciones, desarrollarlas y evaluarlas, tratarlas y darlas curso, como una visión global del proceso de atención comercial al cliente/consumidor/usuario, todo ello, con una descripción del procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones.

El equipo docente del ciclo debería abordar la coordinación entre módulos de los contenidos de cada uno de ellos, a fin de evitar solapamientos en los apartados conceptuales impartidos al alumnado, así como el aprovechamiento de las TIC impartidas en otros módulos que nos puedan ayudar en nuestros procesos procedimentales.

El profesorado deberá realizar un seguimiento cercano e individualizado del proceso de aprendizaje de cada alumno o alumna, realizando anotaciones sistemáticas de los avances y dificultades que éstos presenten.

El aprendizaje de las competencias individuales del alumnado se verá reforzado por la proposición y estudio de casos prácticos, proponiendo la creación de equipos de trabajo como forma de trabajo preferente, así como el planteamiento de casos prácticos de servicio y atención al cliente, lo más parecidos posible a la realidad, que sean resueltos por el alumno o alumna.

Se pueden programar charlas de expertos y expertas para acercar las experiencias de las empresas al aula.

I.- INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Para que la evaluación cumpla su función formativa y que la calificación que recibe el alumno se corresponda con sus progresos y ésta en relación con sus capacidades y el nivel alcanzado en el aprendizaje, se ha de tener la máxima información de diversas fuentes.

La evaluación de aprendizaje se efectuará:

- Evaluando el aprendizaje del alumno a través de la actividad habitual en el aula.
- Mediante pruebas específicas de evaluación.

La evaluación de aprendizaje a través de las actividades habituales del aula, debe ser sistematizado y formalizada adecuadamente, haciendo las oportunas anotaciones con una cierta periodicidad en la ficha del alumno. En principio, el propio seguimiento del alumno en cuanto a su trabajo y participación en las actividades del aula, ya permite realizar una primera valoración de los conocimientos que muestran, sus deficiencias y dificultades. Ciertamente, la observación en el aula ha de ser un instrumento utilizado fundamentalmente para evaluar actitudes y hábitos de los alumnos, tanto en el plano individual como en su participación en tareas colectivas. Esta técnica de evaluación debe ser también utilizada para valorar los procedimientos relacionados con la expresión oral, que se ponen de manifiesto en el debate y en la argumentación.

Un instrumento importante y bastante utilizado es la observación de los trabajos del alumnado a lo largo del curso, bien individuales o en grupo.

Dentro de las pruebas escritas, existen diferentes modalidades, pruebas objetivas, pruebas de interpretación de datos, pruebas basadas en la exposición de un tema.

Los instrumentos que se van a utilizar ponen de manifiesto que a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje se está recabando información relevante para llevar a cabo la evaluación formativa, observando los progresos y dificultades del alumnado y, en consecuencia, facilitando la prestación de las ayudas pedagógicas necesarias.

Al final de cada unidad de trabajo se desarrollará una prueba de evaluación que junto con el resto de observaciones permitirá valorar el grado de aprendizaje adquirido.

La evaluación general, se plantea al principio del curso pasando a los alumnos una prueba que persigue los siguientes objetivos: observar sus preconcepciones, la capacidad de comprensión y comunicación de la realidad económica y las motivaciones e intereses frente a la materia.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

A.- Período de evaluación ordinario:

A.1.- La nota de evaluación será la suma de los dos apartados siguientes:

1.- La observación en el aula que comprenderá las actitudes generales (interés y dedicación en las tareas de clase, grado de colaboración y participación y puntualidad)

La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose de la siguiente forma:

- a. Interés y dedicación un 10% para la nota final.
- b. Colaboración y participación (valorándose el uso de materiales, adecuación en contenidos y formas en la intervención en clase y trabajo en grupo) ponderándose un 15%
- c. Puntualidad valorándose un 5%

2.- Por otro lado, también se valorarán los controles, exámenes y trabajos que podrá concretarse en la corrección de actividades, revisión de trabajos bien a realizar individualmente o en grupo durante cada una de los periodos de evaluación, en fechas concretadas previamente o en los momentos que el profesor estime oportunos, con o sin previo aviso. La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 70% para la nota final.

Para la valoración de las diversas pruebas y trabajos no sólo se tendrá en cuenta, el nivel del conocimiento específico de la materia que demuestre el alumno/a, sino también la coherencia y precisión en la exposición de las ideas y el razonamiento de las mismas, la expresión oral y escrita, la riqueza de vocabulario y la ortografía.

A.2.- Nota final del módulo:

La nota final del módulo será la media de las dos evaluaciones siempre que, en cada una de ellas, tenga una calificación mínima de 5. En caso contrario, es decir en el caso de tener una o más evaluaciones suspensas (menos de 5), deberá recuperar todas y cada una de ellas para poder realizar dicha nota media..

B.- Alumnos que no se les puede aplicar los criterios de calificación en evaluación ordinaria.

Para aquellos alumnos cuyas faltas alcancen el 15% del cómputo trimestral aplicable al módulo no se les podrá aplicar los criterios de calificación.

En este caso serán evaluados mediante una prueba específica que se realizará al final de la evaluación. La nota de esta prueba extraordinaria será la suma de los dos apartados siguientes:

1. La nota de la prueba extraordinaria que se puntuará de 0 a 10 y que se ponderará en un 70%
2. La nota de las actividades de recuperación que se puntuarán de 0 a 10 y se ponderarán en un 30%

C.- Período de Evaluación Extraordinario: (Los alumnos se examinarán de aquellas partes suspensas)

C.1.- La nota de la evaluación extraordinaria será la suma de los dos apartados siguientes:

1.- La observación en el aula que comprenderá las actitudes generales (puntualidad, respeto a las normas establecidas, interés y dedicación en las tareas de clase, grado de participación y colaboración, finalización y entrega de los trabajos en el día previsto...) La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 30% para la nota final.

2.- Por otro lado, también se valorarán los exámenes y los trabajos que podrá concretarse en la corrección de actividades, revisión de trabajos bien a realizar individualmente o en grupo durante cada una de los periodos de evaluación, en fechas concretadas previamente o en los momentos que el profesor estime oportunos, con o sin previo aviso. La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 70% para la nota final.

C.2.- La nota final del módulo en convocatoria extraordinaria será la media de las evaluaciones aprobadas más la nota alcanzada en la prueba extraordinaria, teniendo que ser igual o superior al 5 para superar dicho módulo.

J.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

El alumnado calificado negativamente en alguna evaluación, se seguirá un sistema de recuperación que será específico para cada alumno y estará en función del/os objetivo/s inalcanzado/s. Existen objetivos que el alumnado puede recuperar en próximas evaluaciones, mientras que otros exigen pruebas específicas de recuperación (trabajo, pruebas escritas, etc.) y que se celebrarán dentro de las fechas acordadas con el grupo, y en el caso de las pruebas escritas su estructura hará referencia a los mínimos reseñados en dicha programación.

Antes de realizar la prueba de recuperación se dará información sobre contenidos impartidos y se hará hincapié en aquellos que presentan mayor dificultad para los alumnos.

K.- PLAN DE RECUPERACIÓN

a) Período de evaluación ordinaria:

El sistema de recuperación podrá ser específico para cada alumno y estará en función del objetivo/s inalcanzado/s. Existen objetivos que el alumno puede recuperar en próximas evaluaciones, mientras que otros exigen pruebas específicas de recuperación (trabajo, prueba escrita, oral...) y que se celebrarán dentro de las fechas acordadas con el grupo, y en el caso de la prueba oral y/o escrita su estructura hará referencia a los mínimos reseñados en dicha programación.

Antes de realizar la prueba de recuperación se dará información sobre contenidos impartidos y se hará hincapié en aquellos que presentan mayor dificultad para los alumnos

b) Periodo de evaluación extraordinaria:

El sistema de recuperación podrá ser específico para cada alumno y estará en función del objetivo/s inalcanzado/s.

Consistirá:

1.- La observación en el aula que comprenderá las actitudes generales (puntualidad, respeto a las normas establecidas, interés y dedicación en las tareas de clase, grado de participación y colaboración, finalización y entrega de los trabajos en el día previsto...) La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 30% para la nota final.

2.- Por otro lado, también se valorarán los exámenes y los trabajos que podrá concretarse en la corrección de actividades, revisión de trabajos a realizar individualmente durante el tercer trimestre del año académico, en fechas concretadas previamente o en los momentos que el profesor estime oportunos, con o sin previo aviso. La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 70% para la nota final.

L.- MATERIALES Y RECURSOS DIDACTICOS

Para el seguimiento de los contenidos se seguirán los apuntes elaborados por el profesor y se les entregará un cuestionario que hará hincapié en aquellos aspectos más importantes de las distintas unidades de trabajo.

Así mismo se les facilitará un guión-guía para la realización de las actividades extraescolares.

M.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Los alumnos realizarán, en la medida que sea posible, una visita a una empresa y a la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) para que vean cómo se desarrolla en ella los distintos contenidos del módulo. Posteriormente deberán realizarán resumen de lo que han aprendido y de cómo pueden ellos aplicarlas para la su propia empresa.

Las actividades serán de carácter obligatorio y se valorarán aquellos trabajos que se puedan derivar de dichas actividades complementarias, calificándolos con una nota numérica de 1 a 10. La puntuación alcanzada se sumará al resto de actividades programadas dentro del módulo, contando como una nota más.