

	Ensinanza aprendizaxe	Código:	
	PRESENTACIÓN DA MATERIA/MÓDULO	Data	2015-16.
		Nº. Revisión:	
		Páxina 1 de 4	

MATERIA/ MÓDULO	COMUNICACIÓN E ATENCIÓN O CLIENTE		
CURSO / CICLO	1º AF	CURSO ACADÉMICO	2015/16
PROFESOR	Ramón Díaz Díaz		

CONTIDOS	<ul style="list-style-type: none"> ○ Organizaciones empresariales ○ Comunicación e información ○ Comunicación e imagen corporativa ○ Comunicación escrita en la empresa ○ Correspondencia comercial ○ Gestión de correspondencia e información ○ Atención al cliente/consumidor ○ Organización del servicio posventa ○ Reclamaciones y derechos del consumidor ○ Marketing e imagen empresarial ○ Estudio e investigación de mercados
OBXECTIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los tipos de organización y las funciones que asume cada departamento en función de la estructura interna que se establece en la empresa. • Saber las funciones que corresponden al director y las personas que ocupan cargos intermedios, y la influencia que ejercen en los subordinados. • Conocer los estilos de dirección y las actuaciones de estos que más desmotivan en los trabajadores. • Saber porque se producen conflictos en las relaciones laborales y el origen o causa que los origina y como combatirlos. • Conocer la necesidad y utilidad que tiene la comunicación dentro y fuera de la empresa. • Saber realizar un proceso comunicativo eficaz, utilizando el lenguaje y los medios más adecuados. • Saber programar y desarrollar reuniones de trabajo cuando hay que tomar decisiones que afectan a los objetivos generales de la empresa. • Conocer los conflictos y situaciones difíciles entre el personal de un departamento o sección y utilizar las técnicas para resolverlos. • Aprender a escuchar y entender la información que trasmite el interlocutor, para mantener

conversaciones abierta y fluidas.

- Saber utilizar el lenguaje verbal y corporal como herramienta de persuasión, para transmitir credibilidad.
- Aprender a hablar por teléfono de forma rápida y eficaz.
- Conocer las tecnologías que utilizan las empresas para las comunicaciones internas (personal) y externas (proveedores, clientes, organismos...)
- Conocer las normas básicas para "saber escribir" y ensalzar la imagen de quien escribe y de la empresa u organismo al que representa.
- Saber confeccionar los documentos que se utilizan entre los departamentos y secciones de la empresa para dejar constancia de ciertos actos.
- Saber confeccionar los documentos que utilizan las empresas cuando tiene que invitar, solicitar o certificar hechos o actos ante otras empresas u organismos.
- Aprender la forma y las técnicas de redacción de cartas comerciales, para conseguir con su presentación y contenido dejar en buen lugar a la empresa y a nosotros mismos.
- Conocer los distintos tipos de cartas que se utilizan en la correspondencia comercial, según la causa que ha motivado dicha carta.
- Saber para cada caso el modelo de carta que tenemos que redactar y conseguir con nuestras cartas dar al cliente o proveedor una imagen de profesionalidad, fidelidad y confianza.
- Conocer la importancia de la carta comercial y el correo ordinario, para resolver situaciones que no se pueden solucionar por fax o e-mail.
- Aprender el trato que debemos dar a clientes/proveedores para reclamar nuestros derechos sin romper las relaciones comerciales.
- Aprender a no perder la los buenos modales y "saber estar" cuando el cliente/proveedor no cumple los pactos acordados.
- Saber confeccionar comunicaciones por fax y los libros registro de correspondencia y fax.
- Conocer los servicios de las oficinas de Correos y las modalidades de envío de correspondencia y paquetería.
- Saber utilizar el correo electrónico eficazmente, aplicando en los escritos las normas de redacción, presentación y buena imagen.
- Conocer los soportes que se utilizan para conservar y custodiar documentos e información, así como los sistemas de clasificación de documentos.
- Conocer las necesidades del consumidor, la actitud o los motivos de compra de cada tipología de cliente/consumidor, y las variables que influyen cuando elige un producto o servicio.
- Conocer el proceso de compra del consumidor y del cliente comercial o industrial, cuando

tienen que comprar bienes o contratar servicios.

- Saber el papel que desempeña el cliente para la empresa, saber tratarle correctamente y conocer las causas que motiva su descontento o insatisfacción.
- Conocer los beneficios que obtienen la empresa cuando trabaja con un sistema de calidad en atención al cliente, consumidor o usuario.
- Conocer los servicios posventa de los bienes de uso y quién los debe prestar (vendedor, fabricante, servicio técnico, etc).
- Saber porque algunos clientes sienten insatisfacción poscompra y saber aplicar programas de recuperación y fidelización de los clientes, par mantener con ellos relaciones comerciales duraderas.
- Saber cómo tenemos que atender al cliente, usuario, ciudadano, contribuyente, etc., cuando está descontento con el artículo comprado y el servicio o atención recibida; en el establecimiento comercial, el despacho de un profesional o la ventanilla de un organismo.
- Conocer las instituciones y organismos que vigilan la protección y defensa del consumidor, las funciones que desempeñas y los servicios que prestan.

Saber cómo se tramitan por la vía extrajudicial los litigios entre consumidores y fabricantes, importadores o vendedores de bienes y profesionales de servicios.

- Conocer los objetivos que se pueden obtener a nivel empresarial aplicando un plan de marketing; utilizando las distintas estrategias del marketing-mix.
- Conocer las etapas del plan de marketing, el análisis de cada una de las variables, los objetivos que se pueden establecer y los sistemas de control de objetivos.
- Saber hacer un control de un plan de marketing y aplicar estrategias para tomar medidas cuando no se cumplen los objetivos definidos.
- Conocer los distintos tipos de mercado, nacional, internacional, de consumidores, de fabricantes, de instituciones, etc.
- Analizar y diferenciar las distintas situaciones que originan la oferta y la demanda del mercado (competencia perfecta, monopolio, oligopolio, etc.)
- Saber realizar una investigación comercial; buscar las fuentes de de información, aplicar las técnicas (encuesta, muestreo, etc.), extraer e interpretar los datos, etc.

**CONTIDOS
MÍNIMOS**

Unidade formativa 1: comunicación e arquivo

CA1.1. Identifícanse os tipos de institucións empresariais, con descrición das súas características xurídicas, funcionais e organizativas.

CA1.2. Relacionáronse ás funcións tipo da organización: dirección, planificación, organización, execución e control.

CA1.6. Diferenciáronse vos procesos de comunicación da organización formais e informais.

CA1.7. Valorouse a influencia da comunicación informal e ás cadeas de rumores nas organizacións, e a súa repercusión nas actuacións do servizo de información prestado.

CA2.2. Aplicáronse ás técnicas de comunicación oral presencial e telefónica.

CA2.4. Identifícanse os elementos necesarios para realizar e recibir unha chamada telefónica efectiva, nas súas fases de preparación, presentación-identificación e realización.

CA2.7. Utilizouse o léxico e ás expresións axeitadas ao tipo de comunicación e aos interlocutores.

CA2.9. Valorouse se a información e transmitiuse con claridade, de xeito estruturado, con precisión, con cortesía, con respecto e con sensibilidade.

CA3.2. Diferenciáronse vos soportes máis apropiados en función dúas criterios de rapidez, seguridade e confidencialidade.

CA3.4. Diferenciáronse ás estruturas e os estilos de redacción propios da documentación profesional.

CA3.5. Redactouse o documento apropiado utilizando unha estrutura, unha terminoloxía e unha forma axeitadas, en función da súa finalidade e da situación de partida.

CA3.9. Utilizouse a normativa sobre protección de datos e conservación de documentos establecidos para ás empresas e institucións públicas e privadas.

CA4.1. Identifícanse vos medios, os procedementos e os criterios máis axeitados na recepción, non rexistro, na distribución e na transmisión de comunicación escrita a través dous medios telemáticos.

CA4.3. Seleccionouse o medio de transmisión máis axeitado en función dous criterios de urxencia, custo e seguridade.

CA4.7. Determinouse o sistema de clasificación, rexistro e arquivo apropiados ao tipo de documentos.

CA4.9. Respectáronse os niveis de protección, seguridade e acceso á información segundo a normativa, e aplicáronse, na elaboración e non arquivo da documentación, ás técnicas dous tres erres (reducir, reutilizar e reciclar).

Unidade formativa 2: atención á clientela

CA1.1. Aplicáronse técnicas de comunicación e habilidades sociais que facilitan a empatía co cliente ou usuario en situacións de atención ou asesoramento.

CA1.3. Adoptouse a postura máis axeitada segundo o comportamento do cliente ante diversos tipos de situacións.

CA1.4. Analizáronse ás motivacións de compra ou demanda dun produto ou servizo por parte do cliente ou usuario.

	<p>CA1.6. Aplicouse a forma e a actitude axeitadas na atención e non asesoramento a un cliente en función da canle de comunicación utilizada.</p> <p>CA2.1. Describíronse ás funcións do departamento de atención á clientela en empresas.</p> <p>CA2.4. Relaciónáronse os elementos da queixa ou reclamación CoA fases do plan interno de resolución de queixas e reclamacións.</p> <p>CA2.7. Determináronse vos documentos propios da xestión de consultas, queixas e reclamacións.</p> <p>CA2.8. Redactáronse escritos de resposta utilizando medios electrónicos ou outras canles de comunicación.</p> <p>CA2.10. Aplicouse a normativa en materia de consumo.</p> <p>CA3.2. Identifícanse os elementos que interveñen na atención postvenda.</p> <p>CA3.3. Identifícanse ás situacións comerciais que precisan seguimento e servizo postvenda.</p> <p>CA3.4. Aplícanse os métodos máis utilizados habitualmente non control de calidade do servizo postvenda e os elementos que interveñen na fidelización da clientela.</p> <p>CA3.7. Describíronse ás fases do procedemento de relación CoA clientela.</p> <p>CA3.10. Aplicouse ou tratamento axeitado na xestión das anomalías producidas.</p>
<p>SISTEMA DE AVALIACIÓN</p>	<p>CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizaranse unha ou varias probas escritas sobre vos contidos teóricos e prácticos da materia. Estas probas supoñerán ou 80% da nota da materia. Para facer a media das distintas probas efectuadas debese superar cada exame como mínimo cunha cualificación de 4 sobre 8; se houbera parte Teórica e Práctica, repartirase a nota superando sempre cada unha das partes pra facer a nota media. ▪ A asistencia ás clases a aptitude e actitude puntuaranse con 1 punto, e con outro punto a presentación das actividades-exercicios feitos e corrixidos na clase con claridade, pulcritude e debidamente ordenados, a estan incompletos descontarase na parte proporcional ao ou número de exercicios que se fixeran e corrixiran na clase. ▪ Para superar a Avaliación será necesario ter superadas todas ás probas cunha nota mínima de catro puntos. ▪ Ás recuperacións da Avaliación faranse da avaliación completa, aínda que algunha parte estibese aprobada. ▪ Na parte Teórica, ás probas consistirán en cuestións fundamentalmente a base de preguntas de conceptos. Xeralmente serán de tipo test ou de respostas breves. Ás respostas erradas puntuaranse negativamente na mesma proporción que ás acertadas, ás non contestadas non puntuarán. ▪ Ás Probas Prácticas consistirán en exercicios similares os feitos e corrixidos na clase. ▪ Se e ou caso, e se fan exposicións orais, individuais ou en grupo, valorásese ou contido, a claridade das exposicións, a presentación, así como a coordinación dúas alumnos/ás do grupo. ▪ Nota: A partir dunha fracción de 0,5 redondearase por exceso, se a puntualidade, aptitude e traballo na clase son positivos.

--	--