

Programación Didáctica

Familia Profesional: Comercio y Marketing
Ciclo formativo de grado superior:

Técnico Superior en Marketing y Publicidad



Curso:
2024-2025

Módulo Profesional:
Atención al cliente, consumidor y usuario

Profesor: Joaquín Vallés García

IES HISTORIADOR CHABÁS

ÍNDICE

1. Introducció.....	4
1.1. Justificació de la programació.....	4
1.2 Competència general.....	4
1.3 Entorn professional.....	4
1.4 Contextualització	5
1.5.- Normativa	6
2. Mòdul Professional 1110 Atenció al client consumidor i usuari.....	7
2.1 Unitat de competència del mòdul professional Atenció al Client, consumidor i usuari.....	8
3. Resultats de aprendizaje del mòdul professional Atenció al Client, Consumidor i Usuari.....	8
4. Objectius de la etapa respectiva vinculats al mòdul.	9
5. Competències	11
5.1 Competències professionals, personals i socials.	11
6. Continguts.....	13
6.2.- Orientacions pedagògiques.....	18
7. Avaluació i seguiment.....	18
7.1. Avaluació del aprendizaje.....	18

7.2 Criterios de evaluación	19
7.2.1.- Criterios de evaluación aplicables a los alumnos que cursen el Módulo Profesional en la modalidad DUAL.....	27
7.3 Instrumentos de evaluación	28
7.4 Criterios de Calificación	29
7.5 Recuperación y promoción	32
8.- Metodología. Orientaciones didácticas	33
8.1. Actividades de enseñanza - aprendizaje.....	33
8.2. Recursos didácticos.....	38
8.3. Materiales didácticos	39
8.4 Organización.....	39
8.5.- Aprendizaje basado en proyectos.....	40
9. Medidas de atención al alumnado con necesidad específica de apoyo educativo o con necesidad de compensación educativa.....	41
10. Unidades de trabajo	43
10.1 Organización de las unidades de trabajo.....	43
10.2 Temporalización de las unidades de trabajo	48
11. Elementos transversales	50
12. Actividades complementarias.....	53
13. Evaluación de la práctica docente a través de indicadores de éxito	55



1. Introducció

1.1. Justificació de la programació

A través de la presente programació pretendemos mostrar la planificación didáctica del módulo profesional de Atención al cliente, consumidor y usuario (en adelante, AC), encuadrado dentro del ciclo formativo de grado superior denominado MARKETING Y PUBLICIDAD.

1.2 Competencia general

La competencia general de este título, tal y como recoge el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, en su artículo 4, consiste en:

“definir y efectuar el seguimiento de las políticas de marketing basadas en estudios comerciales y en promocionar y publicitar los productos y/o servicios en los medios y soportes de comunicación adecuados, elaborando los materiales publipromocionales necesarios”.

1.3 Entorno profesional

El técnico superior en Marketing y Publicidad ejerce su actividad en empresas de cualquier sector productivo y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado, realizando funciones de planificación, organización y gestión de actividades de compraventa de productos y servicios, así como de diseño, implantación y gestión de espacios comerciales.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

Ocupaciones y puestos de trabajo

Asistente del jefe de producto.	Técnico en estudios de mercado y opinión pública
Técnico de marketing.	Técnico en trabajos de campo
Técnico en publicidad.	Inspector de encuestadores
Técnico en relaciones públicas.	Agente de encuestas y censos
Organizador de eventos de marketing y comunicación.	Codificador de datos para investigaciones de mercado
Auxiliar de medios en empresas de publicidad.	
Controlador de cursaje o emisión de pedidos de comunicación	

1.4 Contextualización

La presente programación se realizará teniendo en cuenta las características específicas del centro IES Historiador Chabás ubicado en Denia (Alicante). La organización de centro se establece en el Decreto 244/1997, de 2 de septiembre, de Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el Reglamento orgánico y funcional de los institutos de Educación Secundaria. En nuestro centro se realizan estudios de ESO, Bachillerato de diferentes modalidades, Ciclos formativos de grado medio y superior de la familia profesional de Actividades Físicas y deportivas, FPB y Ciclo Medio de Informática de Oficina, Cicle Medio de Buceo Deportivo con escafandra autónoma y Ciclo Superior de Màrketing y Publicidad. Un hecho diferencial respecto al resto de institutos de la comarca es el bachillerato nocturno, que no aparece en ningún otro centro, así como la oferta de bachillerato de Artes Plásticas y Artes Escénicas.

1.5.- Normativa

La principal normativa reguladora es la siguiente:

- RD 1571/2011, de 4 de noviembre, por la que se establece el título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad.
- Orden ECD/329/2012, de 15 de febrero, por la que se establece el currículum del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad.
- Decreto 156/2017, de 6 de octubre, del Consell, por el que se establece para la Comunidad Valenciana el currículum del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico o Técnica Superior en Marketing y Publicidad.
- Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación.
- Decreto 195/2022 del Consell de Igualdad y convivencia en el sistema educativo valenciano y el Decreto 104/2018 del Consell de equidad e inclusión en el sistema educativo valenciano.
- Resolución del 6 de julio de 2023, de la Secretaría Autonómica de Educación y Formación Profesional, por la que se dictan instrucciones sobre la ordenación académica y de organización de la actividad docente de los centros de la Comunidad Valenciana que durante el curso 2023/2024 impartan Formación Profesional de grado C, D y E.

2. Mòdul Professional 1110 Atenció al client consumidor y usuario.

El mòdul professional **Atenció al client, consumidor y usuario** se encuadra en el segundo curso del ciclo formativo de Grado Superior del títol de Tècnic Superior en Marketing y Publicidad, de la familia profesional de Comercio y Marketing.

Las enseñanzas mínimas de este mòdul fueron establecidas en el **Real Decreto 1571/2011**, de 4 de noviembre, publicado en el BOE nº 299, de 13 de diciembre de 2011.

En la **Orden ECD/329/2012**, de 15 de febrero, se establece **el currículum** del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al títol de Tècnic Superior en Marketing y Publicidad.

Los contenidos del mòdul profesional Políticas de marketing aparecen en el **Decreto 156/2017** del DOGV que desarrolla su currículum para la Comunitat Valenciana. De aplicació en el curso pasado, pospuesto para el curso 21/22 por las especiales condiciones que se presentaban debido a la pandemia.

El mòdul profesional **Atenció al Cliente, consumidor y usuario** posee una duració total de **80 horas** distribuidas en **4 horas semanales**.

2.1 Unidad de competencia del módulo profesional Atención al Cliente, consumidor y usuario.

En el RD 1571/2011 aparece la relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad.

El módulo profesional de **Atención al Cliente, consumidor y usuario** está asociado a las **unidades de competencia: UC0241_2:** Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario. **UC0245_3:** Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.

3. Resultados de aprendizaje del módulo profesional Atención al Cliente, Consumidor y Usuario.

Los **resultados de aprendizaje** que se adquieren al realizar el módulo profesional **Atención al Cliente, consumidor y usuario** son los siguientes:

Resultados de aprendizaje módulo profesional Atención al cliente, consumidor y usuario	
1. Organiza el departamento de atención al cliente, definiendo sus funciones y estructura y su relación con otros departamentos, para transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.	2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente, consumidor o usuario, proporcionándole la información solicitada.
3. Organiza un sistema de información al cliente que optimice el coste y el tiempo de tratamiento y acceso a la misma, aplicando	4. Identifica los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario , analizando las competencias de cada uno de ellos.

técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas	
5. Gestiona las quejas y reclamaciones del cliente, consumido o usuario, aplicando técnicas de comunicación y negociación para alcanzar soluciones de consenso entre las partes.	6. Describe los procesos de mediación y de arbitraje de consumo para resolver situaciones de conflicto en materia de consumo, aplicando la legislación vigente.
7. Elabora un plan de calidad y de mejora del proceso de atención al cliente, consumido o usuario, aplicando técnicas de control y evaluación de la eficacia del servicio.	

4. Objetivos de la etapa respectiva vinculados al módulo.

Los **objetivos generales** que cita el R.D. 1571/2011 son los siguientes:

- ✓ Organizar el departamento de atención al cliente y establecer las líneas de actuación para lograr la satisfacción y fidelización de los clientes, aplicando técnicas de comunicación adecuadas para gestionar los servicios de atención e información al cliente.
- ✓ Establecer el procedimiento de atención y resolución de quejas y reclamaciones de clientes, aplicando técnicas de comunicación y negociación adecuadas y/o de mediación o arbitraje para gestionar las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario.
- ✓ Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del

sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

- ✓ Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- ✓ Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- ✓ Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- ✓ Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- ✓ Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personal y colectiva, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.
- ✓ Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

- ✓ Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.
- ✓ Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- ✓ Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

5. Competencias

5.1 Competencias profesionales, personales y sociales.

Dentro de las **competencias profesionales, personales y sociales** correspondientes al título de Técnico o Técnica Superior en Marketing y Publicidad, la formación del **módulo profesional de Atención al cliente, consumidor y usuario** contribuye a alcanzar las siguientes competencias:

- ✓ Gestionar los servicios de atención e información al cliente y de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario, prestando un servicio de calidad para lograr la plena satisfacción del cliente y la transmisión de una buena imagen de la empresa u organización.
- ✓ Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes

en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

- ✓ Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.
- ✓ Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.
- ✓ Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- ✓ Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.
- ✓ Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

- ✓ Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
- ✓ Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

6. Contenidos.

Podemos definir los contenidos como el conjunto de conocimientos en torno a los cuales se organizan las actividades en el aula. Constituyen los elementos con los que trabajaremos con los alumnos para conseguir los resultados de aprendizaje expuestos en los objetivos.

Se deduce que el aprendizaje debe basarse en el “saber hacer”. Por tanto, los contenidos, al igual que la programación, se asentarán en la adquisición de habilidades y destrezas por parte del alumno, y no en la adquisición de conocimientos. Éstos, sin embargo, son fundamentales, junto con las actitudes, para que el alumno pueda adquirir dichas habilidades.

Los contenidos del módulo profesional Atención al cliente, consumidor y usuario aparecen en el Decreto 156/2017 del DOGV que desarrolla su currículo para la Comunitat Valenciana. Dichos bloques de contenidos del módulo profesional políticas de marketing, que han sido desarrollados en **5 unidades de trabajo**, son los siguientes:

1. Organización del departamento de atención al cliente:
 - La atención al cliente en las empresas y organizaciones.

- Marketing relacional y de relación con los clientes.
 - Gestión de las relaciones con clientes.
 - Factores que influyen en la atención al cliente de una empresa u organización.
 - La identidad corporativa y la imagen de marca. Posicionamiento y diferenciación.
 - Servicios de atención al cliente, consumidor o usuario.
 - El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones. Objetivos. Estructura y organización.
 - Funciones del departamento.
 - Dependencia funcional. Relaciones con otros departamentos.
 - Estructuras organizativas: organigramas. Tipos.
 - Competencias generales y específicas del personal del departamento de atención al cliente, consumidor o usuario.
 - Los contact centers. Funciones que desempeñan en el sistema de relación con los clientes. Servicios que prestan.
2. Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente.
- La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
 - El proceso de comunicación.
 - Tipos de comunicación.
 - La comunicación en situaciones de información al cliente, consumidor o usuario. Actitudes y técnicas de comunicación.
 - La empatía.

- La asertividad.
 - La comunicación oral.
 - La comunicación no verbal.
 - La comunicación telefónica.
 - Utilización de las nuevas tecnologías en la comunicación telefónica.
 - La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet)
 - El correo electrónico. Mensajería instantánea.
 - Comunicación en tiempo real: chat, videoconferencia.
 - Comunicación diferida (foros)
3. Organización de un sistema de información:
- Técnicas de organización y archivo de documentación.
 - Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
 - Tipología de archivos. Archivos manuales e informáticos.
 - Tratamiento y organización de documentos de atención al cliente, consumidor o usuario.
 - Ficheros de clientes.
 - Bases de datos.
 - Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM)
 - Manejo de bases de datos de clientes. Tratamiento de la información.
 - Acceso a la información. Realización de consultas.
 - Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
 - Protección de datos. Normativa legal.
4. Identificación de los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario´

- Concepto de consumidor y usuario.
- Caracterización de diferentes tipos de consumidores y usuarios.
- Derechos del consumidor.
- La defensa del consumidor. Normativa legal.
- Instituciones públicas de protección del consumidor. Tipología, organigrama funcional y competencias.
- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología, organigrama funcional y competencias.

5. Gestión de quejas y reclamaciones.

- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
- Proceso de gestión de reclamaciones y denuncias. Fases del proceso.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
- Proceso de tramitación y gestión de la reclamación.
- Las reclamaciones ante la Administración. Actuación administrativa. Los actos administrativos. El silencio administrativo.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento al cliente, consumidor o usuario ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa y empática. La asertividad.
- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones o

denuncias.

- El plan de negociación. Fases Preparación. Estrategia. Desarrollo. Técnicas y tácticas de negociación en las reclamaciones. Acuerdo.

6. Descripción de los procesos de mediación y de arbitraje.

- Conceptos de mediación y arbitraje. Características diferenciadoras.
- Situaciones de conflicto en materia de consumo en las que se puede utilizar una mediación.
- El proceso de mediación.
- Situaciones de conflicto en materia de consumo en las que se puede plantear un arbitraje.
- El proceso de arbitraje en materia de consumo.

7. Elaboración de un plan de calidad y de mejora del servicio de atención al cliente, consumidor o usuario.

- Incidencias, anomalías y retrasos de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento de las incidencias o anomalías.
- Procedimientos de control del servicio de atención al cliente.
- Evaluación del servicio de atención al cliente.
- Métodos para evaluar la eficacia del servicio y el nivel de satisfacción del cliente.
- Normativa aplicable en materia de atención al cliente. Ley de Ordenación del Comercio Minorista. Ley de servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico. Ley de Protección de Carácter Personal.

- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
- Programas de fidelización.

6.2.- Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de atención al cliente, consumidor o usuario y la gestión de quejas y reclamaciones.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La atención, información y asesoramiento al cliente, consumidor o usuario.
- La gestión y resolución de quejas y reclamaciones.
- La organización y control del departamento de atención al cliente, consumidor o usuario de cualquier empresa u organización.

7. Evaluación y seguimiento.

7.1. Evaluación del aprendizaje

A la hora de evaluar se tendrán en cuenta los progresos realizados por los alumnos a lo largo del curso, su comportamiento en el aula, los trabajos en grupo, la realización de actividades y, por supuesto, el grado de adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales y los objetivos del ciclo, a través de los resultados de evaluación y los correspondientes criterios de evaluación que se establecen para el módulo y que se especifican en el siguiente epígrafe.

La evaluación que realicemos debe ser:

- **Continua**, que observe y valore todo el proceso de aprendizaje desde el inicio del periodo que se evalúe hasta el final del mismo. La evaluación

final que realicemos determinará si se han conseguido los objetivos planteados. Esta evaluación final determinará si se recibe el aprobado o el no aprobado para el periodo en cuestión.

- **Integral**, debe considerar la adquisición de todos los aspectos pretendidos: adquisición de conceptos, procedimientos, actitudes, capacidades de relación y comunicación y de desarrollo autónomo de cada estudiante.
- **Individualizada y orientadora**, para suministrar información a cada alumno sobre lo que ha hecho, sus progresos y lo que puede hacer de acuerdo con sus posibilidades.

7.2 Criterios de evaluación

Para la evaluación del aprendizaje tomaremos como referencia los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación establecidos para el módulo por el R.D. 1571/2011. Estos criterios de evaluación establecen el nivel aceptable de consecución de las competencias a las que se refieren y, en consecuencia, los resultados mínimos que deben ser alcanzados en el proceso de enseñanza – aprendizaje. A continuación, vamos a especificar los criterios de evaluación asociándolos a los resultados de aprendizaje que se pretenden que adquieren los alumnos en las distintas unidades de trabajo.

U.T. 1.: Atención al cliente y técnicas de comunicación.

R.A 1: Organiza el departamento de atención al cliente, definiendo sus funciones y estructura y su relación con otros departamentos, para transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

Criterios de Evaluación:

- a) Se han definido los conceptos de imagen e identidad corporativa, analizando su transcendencia en el posicionamiento y la diferenciación de la empresa u organización.
- b) Se han seleccionado los elementos fundamentales de atención al cliente, para transmitir la imagen adecuada de la empresa u organización.
- c) Se han establecido los objetivos del departamento de atención al cliente y sus funciones en distintos tipos de empresas y organizaciones.
- d) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.
- e) Se han diferenciado distintos tipos de estructura organizativa en función de las características y objetivos de la empresa u organización.
- f) Se han establecido las secciones o áreas de actividad del servicio de atención al cliente.
- g) Se han elaborado organigramas de distintos tipos de empresas, teniendo en cuenta sus características, actividad y estructura organizativa.
- h) Se ha valorado la posibilidad de externalizar el servicio de atención al cliente analizando las funciones de los *contact centers* y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.

R.A 2: Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente, consumidor o usuario, proporcionándole la información solicitada.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y los filtros y barreras que pueden surgir en el mismo.
- b) Se han diferenciado los canales de comunicación, interna y externa, de una empresa u organización.
- c) Se han descrito las fases del proceso de atención/información al cliente y las técnicas utilizadas en diferentes canales de comunicación.
- d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente a otros departamentos y/u organismos, utilizando distintos canales de comunicación con la actitud y forma adecuadas a cada situación.
- e) Se han transmitido mensajes orales de atención a supuestos clientes, adaptando su actitud y discurso a la persona o grupo a quien se dirige y prestando especial atención a la comunicación no verbal.
- f) Se han mantenido conversaciones telefónicas con supuestos clientes, observando las normas de protocolo y utilizando las técnicas y actitudes que favorezcan el desarrollo de la comunicación.
- g) Se han confeccionado escritos de respuesta a solicitudes de información en diferentes situaciones de atención al cliente, utilizando técnicas, formalidades y actitudes adecuadas a cada situación.
- 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 a cada situación.

UT 4: Organización de un sistema de información

R.A 3: Organiza un sistema de información al cliente que optimice el coste y el tiempo de tratamiento y acceso a la misma, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información y documentación, tanto manuales como informáticas,
- b) Se han identificado las principales técnicas de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes en función del tipo de información, su utilización y tiempo de archivo.
- c) Se han clasificado distintos tipos de información en materia de atención al cliente, consumidor o usuario, discriminando su origen y asignando el proceso de tramitación y organización adecuado.
- d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relevante de los clientes.
- e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- 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.
- g) Se han aplicado procedimientos que garanticen la seguridad e integridad de la información y la protección de datos, respetando la normativa vigente.
- h) Se han definido los canales de acceso a la información en materia de atención al cliente, analizando las características de cada uno de ellos.

U.T 3: La protección del consumidor

R.A 4: Identifica los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el concepto y el rol del consumidor y usuario.
- b) Se ha interpretado la normativa nacional, autonómica y local que recoge los derechos del consumidor y usuario.
- c) Se han identificado las instituciones y organismos públicos de protección al consumidor y usuario, describiendo sus funciones y competencias.
- d) Se han identificado las principales entidades privadas de protección al consumidor, explicando sus funciones y competencias.
- e) Se han determinado las fuentes de información fiables que facilitan información en materia de consumo.
- f) Se ha interpretado la normativa vigente aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor o usuario en materia de consumo.

U.T 2: Gestión y solución de quejas y reclamaciones: procesos de mediación y arbitraje.

R.A 5: Gestiona las quejas y reclamaciones del cliente, consumido o usuario, aplicando técnicas de comunicación y negociación para alcanzar soluciones de consenso entre las partes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias del cliente más habituales en materia de consumo.

- b) Se ha definido el procedimiento, fases, forma y plazos del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones del cliente.
- c) Se han identificado los elementos de la reclamación/denuncia y se ha informado al cliente 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 iniciar el trámite y cursar la reclamación/denuncia hacia los departamentos u organismos competentes, de acuerdo con los métodos establecidos.
- 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 identificado las cláusulas del contrato que son susceptibles de negociación y se ha elaborado un plan de negociación estableciendo los aspectos que hay que negociar, la estrategia de negociación y los pasos que hay que seguir.
- g) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para gestionar las reclamaciones del cliente.
- h) Se han identificado y cumplimentado con rigor los documentos relativos a la gestión de las quejas, reclamaciones y denuncias.
- i) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral, escrita, o por medios electrónicos.

U.T. 2: Gestión y solución de quejas y reclamaciones: procesos de mediación y arbitraje.

R.A 6: Describe los procesos de mediación y de arbitraje de consumo para resolver situaciones de conflicto en materia de consumo, aplicando la legislación vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los conceptos de mediación y arbitraje de consumo, explicando sus similitudes y diferencias sustanciales.
- b) Se han identificado las figuras que intervienen en los procesos de mediación y de arbitraje y las funciones que desempeñan.
- c) Se ha descrito la forma de iniciar los procesos de mediación y de arbitraje, su desarrollo y los plazos habituales de resolución.
- d) Se ha diferenciado entre arbitraje voluntario o facultativo y obligatorio o de oficio.
- e) Se ha definido el concepto de laudo arbitral, la forma y los plazos del dictamen.
- f) Se han establecido los principales aspectos que se ha de tener en cuenta en la redacción de un acta de mediación.
- g) Se han confeccionado los documentos correspondientes a los procesos de mediación y de arbitraje, relacionándolos con su tramitación.
- h) Se ha descrito un proceso de mediación, identificando el objetivo, redactando la convocatoria, analizando la situación y desarrollo del acto, y redactando el acta de mediación y el acuerdo de forma clara y objetiva.

U.T 5: Elaboración de un plan de calidad y de mejora del servicio de atención al cliente, consumidor o usuario:

R.A 7: Elabora un plan de calidad y de mejora del proceso de atención al cliente, consumido o usuario, aplicando técnicas de control y evaluación de la eficacia del servicio.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las principales incidencias, anomalías y retrasos en los procesos de atención al cliente y en la gestión de quejas y reclamaciones.
- 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 aplicado técnicas para medir la eficacia del servicio prestado y el nivel de satisfacción del cliente.
- d) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.
- e) Se han propuesto medidas correctoras para solucionar las anomalías
- f) detectadas y mejorar la calidad del servicio.
- g) Se ha elaborado un plan de mejora de la calidad incluyendo medidas para optimizar la calidad del servicio y respetando la legislación vigente.
- h) Se ha elaborado un plan de recuperación de clientes perdidos, definiendo las medidas aplicables.
- i) Se han seleccionado los clientes susceptibles de ser incluidos en un programa de fidelización, utilizando la información disponible en la

herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).

- j) Se ha elaborado un programa de fidelización de clientes, utilizando la aplicación informática disponible.

7.2.1.- Criterios de evaluación aplicables a los alumnos que cursen el Módulo Profesional en la modalidad DUAL.

El procedimiento empleado en el proceso de evaluación de los alumnos que desarrollen toda o parte de su información en la modalidad Dual, se ajustará en un alto porcentaje a los mismos criterios empleados para la evaluación del resto de alumnos.

No obstante, y debido al especial esfuerzo que estos alumnos han de realizar, tanto en los períodos asignados para las evaluaciones intermedias y en la obtención de la nota final del Módulo Profesional, se aplicará un coeficiente sumador o restador en función de la evaluación cualitativa del conjunto de tareas desarrolladas en la empresa.

Esta evaluación cualitativa será realizada por:

1. El Tutor del CF para Dual.
2. El Tutor de la Empresa.
3. El profesor del Módulo Profesional evaluado.

Esta evaluación cualitativa se cuantificará en un valor numérico (1...10).

Finalmente, la nota asignada tendrá un peso específico de un máximo del **10%** de la nota obtenida por el alumno en el periodo formativo evaluable en el centro (asistencia a clase, controles, ejercicios y prácticas, etc....).

7.3 Instrumentos de evaluación

A la hora de evaluar, nos basaremos en la realización de pruebas y en la observación de la actitud y progreso del alumno.

A lo largo del curso se realizarán varias **pruebas escritas** que constarán de una **parte teórica** con una serie de preguntas objetivas (ofreciendo al alumno alternativas de respuesta limitada) y otra serie de preguntas abiertas, en las que se ofrecerá al alumno información sobre una situación ante la que debe argumentar su respuesta utilizando los conocimientos adquiridos, junto a una **parte práctica** de realización de actividades con ejercicios similares a los elaborados en clase.

Al finalizar cada uno de los bloques temáticos en los que se han dividido los contenidos, se realizará una prueba escrita.

En cuanto a la **observación**, se realizará de manera continua, valorando los siguientes apartados:

1. **Participación en clase.** Actitud de los alumnos, interés, comportamiento, asistencia, iniciativa, motivación, esfuerzo...etc.
2. **Trabajos en grupo.** Valoraremos la calidad y organización de los trabajos, exposiciones, participación el grupo, debates...etc.
3. El alumno podrá utilizar el móvil cuando el profesor/a de permiso para realizar una actividad didáctica, pero si lo saca sin permiso del profesor/a, este/a le dirá que no lo vuelva a hacer y si reincide, a la segunda vez se le mandará a jefatura de estudios para que se lo deje al jefe de estudios. Según las normas del centro, el uso del móvil en clase y los pasillos está

prohibido, excepto una autorización expresa por parte del profesor.

4. Reseñar en este apartado, que se considerará retraso si el alumno accede al aula entre 5 y 10 minutos después de haber sonado el inicio de la sesión de clase. En caso de superar los 10 minutos, se le permitirá la entrada, considerándose una falta de asistencia injustificada.

7.4 Criterios de Calificación

Procuraremos, en la medida de lo posible, calificar la evaluación de 0 a 10 puntos de todos los instrumentos comentados y les asignaremos una ponderación para obtener una nota final. Será requisito indispensable para obtener la **calificación de aprobado** tener una **puntuación mínima de 5** para cada componente.

La ponderación que se atribuye a cada uno de los contenidos es:

- **Pruebas escritas (logro de los resultados de aprendizaje): 70%**
- **Trabajos y actividades: 20%**
- **Actitud, participación en clase y comportamiento en el aula: 10%**

Es indispensable tener una calificación igual o superior a cinco en cada uno de los apartados para poder calcular la nota del trimestre y la nota final del curso.

Si en algún apartado se obtiene una calificación inferior a cinco puntos, la nota del trimestre será SUSPENSO. Además, es necesario entregar **todos y cada uno** de los trabajos obligatorios que se realicen en el aula para no suspender la asignatura.

La nota mínima de las diferentes pruebas y actividades (a la hora de realizar

medias) será de un 4.

Todas las **actividades** que se soliciten durante el curso van a ser de **entrega obligatoria**. Por supuesto, las actividades tienen que estar correctamente realizadas para ser valoradas.

Tener en cuenta que en los trabajos que se entreguen, así como en los exámenes realizados, **cada falta de ortografía restará 0,10 puntos de la nota** (con un máximo de un punto). Si alguien que comete muchas faltas mejora a lo largo del trimestre y corrige sus errores, la nota a considerar será la resultante sin restar por faltas.

Cometer más de 10 faltas ortográficas en un examen o trabajo, así como la incorrecta redacción y expresión gramatical de los contenidos de las pruebas supone suspender la prueba.

Sólo se admite faltar a un examen por justificación médica o laboral (reflejado en documento).

Copiar en un examen implica la pérdida el derecho de evaluación continua)

Copiar en un proyecto, trabajo o actividad supone el suspenso en dicho proyecto, trabajo o actividad (si el proyecto, trabajo o actividad tiene el peso de prueba escrita, se perderá el derecho de evaluación continua)

Se advertirá de las consecuencias de realizar **plagio** (suspenso del proyecto o trabajo) y el profesor/a dará las herramientas necesarias para que los alumnos lo eviten (cómo citar, cómo incluir una bibliografía)

La realización de comentarios interesantes, constructivos y propios en todos los artículos publicados en el blog del curso (en Aules) serán premiados con un máximo de entre 0,5 puntos en la nota final del trimestre.

En relación a la actitud del alumnado en clase, se tendrá en cuenta los siguientes aspectos valorándolos de manera continua: participación en clase, el mal uso del teléfono móvil (según la normativa del centro queda prohibido su uso en aulas y pasillos), la visualización de páginas web y el uso de aplicaciones no autorizadas por el profesor, el uso correcto del material escolar, el interés, el respeto a los compañeros/as y profesor/a, asistencia, la puntualidad, la iniciativa, la motivación, el esfuerzo, etc.

Las faltas de asistencia injustificadas y acumuladas que alcancen un 15% del total de horas dedicadas al módulo, supondrán la pérdida al derecho de evaluación en el módulo formativo. El retraso en la entrada de clase superior a 10 minutos se considerará una falta de asistencia injustificada.

En cuanto a las sesiones de evaluación, y, en su caso, de calificación, se celebrarán, al menos, una cada trimestre lectivo. A partir de los datos recogidos en las sesiones de evaluación, se elaborará un informe-síntesis que se transmitirá a los alumnos o a sus representantes legales a través del boletín informativo, que incluirá las calificaciones obtenidas.

La superación del módulo requiere inexcusablemente obtener una calificación superior a cinco puntos en todas las sesiones de evaluación.

El profesor realizará un examen diferente a los alumnos que hayan perdido el derecho a la evaluación continua de los que han asistido con regularidad.

Además, a estos alumnos se les exigirá la entrega de los trabajos y actividades

que han realizado el resto de los alumnos durante el curso; la no presentación de estos significará el suspenso automático, sin la corrección del examen extraordinario.

7.5 Recuperación y promoción

La recuperación debe entenderse como actividad de recuperación y no como examen de recuperación. La recuperación es una parte más del proceso enseñanza-aprendizaje y se iniciará cuando se detecte la deficiencia en el alumno sin esperar al suspenso, realizando con el alumno actividades complementarias de refuerzo y de apoyo en aquellos puntos donde le alumno presente las deficiencias. De esta forma muy probablemente se evite el suspenso.

Si aun así el alumno no supera la evaluación se volverán a realizar actividades de recuperación específicas incidiendo en los puntos donde el alumno presente mayor dificultad.

Todas las actividades de recuperación han de plantearse bajo el horizonte de la consecución satisfactoria de los criterios de evaluación, puesto que estos determinan los resultados mínimos que deben ser alcanzados por los alumnos. El contenido, la estructura y la naturaleza de las actividades de recuperación, han de ser semejantes a las pruebas y a los instrumentos de evaluación utilizados durante todo el curso escolar.

En cuanto a las actividades de recuperación que podemos realizar nos encontramos con: repaso de los conceptos mal entendidos o desarrollados, corrección de hábitos de estudio poco eficaces o capacidades mal adquiridas,

realización de trabajos o estudios, cambios en los tipos de pruebas evaluatorias (por ejemplo, exámenes orales) ...etc.

En cualquier caso, para los alumnos/as que no hayan superado los contenidos mínimos en algunas de las evaluaciones, se realizará una nueva prueba objetiva, al final de la evaluación ordinaria y antes del período vacacional, siempre y cuando se hayan realizado todas las actividades exigidas y se haya cumplido con la asistencia obligatoria.

En cuanto a la recuperación de alumnos/as con el módulo pendiente (convocatoria extraordinaria), cuando finalice el curso se hará llegar al alumno/a la documentación necesaria, para que el/ella solo/a en casa pueda llegar a adquirir los conocimientos no alcanzados durante el curso escolar.

8.- Metodología. Orientaciones didácticas

Según el PLC (programa lingüístico del centro) un porcentaje determinado de módulos de los distintos cursos se debe impartir en valenciano, inglés y castellano. Durante el curso 2023-2024, el módulo de Atención al cliente, consumidor y usuario se impartirá en castellano.

8.1. Actividades de enseñanza - aprendizaje

La metodología didáctica de la formación profesional específica debe promover la integración de contenidos científicos, tecnológicos y organizativos. Asimismo, favorecerá en el alumno la capacidad para aprender por sí mismo y para trabajar en equipo.

Por otra parte, se deduce que el aprendizaje debe basarse en el “saber hacer”, es decir, debe definirse en torno a los procesos reales de trabajo.

Por tanto, las exigencias educativas actuales nos encaminan a desarrollar una metodología activa y participativa, evitando clases magistrales y dictado de apuntes, que posibilite la creación de habilidades y actitudes de investigación.

Deberemos favorecer que el alumno sea el protagonista de su propio aprendizaje y que los contenidos aprendidos sean funcionales, es decir, que se utilicen en circunstancias reales de la vida laboral. Con todo ello se busca, además, promover una acción motivadora en el alumno.

Para realizar las actividades de enseñanza-aprendizaje con metodologías activas, el alumno va a utilizar las siguientes herramientas:

- ✓ **Cuenta oficial gva en Outlook:** cada alumno utilizará un correo de Outlook para el desarrollo del curso. Tendrá acceso otras herramientas de Microsoft como MS-Word y MS-Excel
- ✓ **Aules:** plataforma de apoyo para la gestión del módulo formativo proporcionada por la Conselleria de Educación de la Generalitat: en ella el alumno accede al material necesario, ejercicios de autoevaluación, entrega de trabajos y el seguimiento de sus cualificaciones, a lo largo del curso

Concretamente, el proceso metodológico que utilizaremos para desarrollar los contenidos consistirá en:

- Cada vez que iniciemos una unidad de trabajo se realizará un debate sobre algún tema relacionado con el contenido de la unidad. Este debate servirá como introducción de los objetivos que se pretenden con la unidad y como justificación de la misma. A la vez, podremos detectar los

conocimientos previos de los alumnos y despertar su interés en el tema.

- Se tratará, en la medida de lo posible, que la explicación de los contenidos conceptuales se realice mediante breves exposiciones teóricas intercalando actividades de apoyo (como realización de esquemas o comentarios de textos) y resolución de casos prácticos que sirvan para acometer los contenidos procedimentales que pretenden desarrollarse.
- Al finalizar cada unidad, se propondrá la resolución de actividades de enseñanza –aprendizaje para facilitar la comprensión de la unidad, recapitular y asentar conocimientos. Entre las actividades finales introduciremos la realización de un análisis sobre determinado artículo de prensa o noticia televisiva relacionada con los contenidos versados durante la unidad, a fin de mostrar al alumno que lo aprendido no es algo separado de la realidad, así como acostumbrarle al lenguaje periodístico, fomentar la lectura y el interés por estar al corriente de la actualidad.
- La finalización del proceso de enseñanza – aprendizaje de cada unidad culminará con la evaluación del mismo siguiendo los criterios establecidos en epígrafe 4 de la presente programación.

De modo global, lo que se pretende es que los alumnos sean capaces de saber utilizar herramientas de consulta y aprendizaje, que puedan construir su propio conocimiento y que estén preparados y capacitados para enfrentarse a la diversidad de situaciones que se le pueden presentar en el desempeño de su profesión. Los alumnos deben ser aptos para resolver cualquier problema que

se les planteen, más que memorizar todos los pasos que deben realizarse para llevar a cabo un supuesto práctico concreto.

En el mismo orden, procuraremos que los apuntes y los materiales bibliográficos sean un instrumento de consulta sobre procedimientos y técnicas, de igual forma que lo pueden ser en el desarrollo de su labor profesional.

Además, fomentaremos, en todo momento, la participación del alumnado, el trabajo en equipo y el uso de nuevas tecnologías mediante discusiones, debates, simulaciones y la realización y exposición de trabajos de investigación guiados por el profesor que, por otra parte, acercarán al alumno al entorno en el que puede moverse en un futuro cercano.

Por último, se incluirán actividades extraescolares como visitas a centros y lugares de trabajo.

En definitiva, lo que se busca con esta metodología es introducir situaciones reales realizando transferencias de lo aprendido al puesto de trabajo y el uso de medios y materiales habituales en la vida profesional.

En consonancia con la metodología y la organización del aula propuestas, se proponen una serie de actividades de aprendizaje, de forma individual y en grupo, que potencien la iniciativa del alumnado y el proceso de autoaprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión y análisis, de relación y de búsqueda y manejo de información. Además, se intentará conectar el aula con el mundo real, con las empresas y con los profesionales y organismos administrativos que conforman el entorno propio del técnico en Comercio.

Las actividades, que se complementarán con las explicaciones del profesor, podrán realizarse en el aula o bien de forma complementaria o extraescolar.

Las **actividades de aula** se han dividido, conforme a la metodología sugerida, en:

- **Actividades iniciales.** Ya hemos comentado que las unidades de trabajo se iniciarán con un debate que sirva para detectar los conocimientos iniciales de los alumnos sobre los contenidos que se van a tratar. Este debate versará sobre algún tema relacionado con la unidad de trabajo y servirá, a la vez, para despertar el interés de los alumnos y para introducirlos en la unidad.
- **Actividades de desarrollo.** Simultáneamente a la explicación de los contenidos se propondrán actividades que sirvan para sintetizarlos y desarrollarlos. Se pretende la realización de esquemas y glosario de términos en todas las unidades de trabajo y la resolución de supuestos prácticos, todo ello, de forma individual. En cuanto a los trabajos en grupo, se desarrollarán, en algunas unidades, estudios e investigaciones que, por otro lado, nos permitirán introducir el uso y el tratamiento de aplicaciones informáticas. En estos trabajos de investigación se utilizarán herramientas informáticas para su redacción (MS Word), para su presentación y exposición (MS Power Point), así como para la búsqueda de información (Navegadores de Internet: Explorer) y su posterior análisis, caso de requerirse (Hoja de cálculo MS Excel).
- **Actividades de recapitulación.** Estas actividades, encaminadas a



reforzar las ideas principales de la unidad y consolidar los conocimientos adquiridos, consistirán, principalmente, en la realización individual de los ejercicios de autoevaluación, así como el comentario del artículo de prensa o televisión (tal y como se dijo en el capítulo anteriormente), de forma que puedan utilizarse y relacionarse todos los conceptos estudiados.

En cuanto a actividades en grupo, en algunas unidades se procederá a realizar simulaciones que permitan practicar situaciones cotidianas relacionadas con los temas de estudio.

- **Actividades de refuerzo:** Estas actividades están diseñadas para aquellos alumnos que están teniendo problemas para adquirir los contenidos.

Al final de cada unidad de trabajo se lleva a cabo un Test de Evaluación.

8.2. Recursos didácticos

Recursos Materiales

A lo largo del año contaremos con la pizarra del aula, la disponibilidad de proyector y los equipos informáticos conectados en red junto a las aplicaciones informáticas más habituales (procesador de texto, hoja de cálculo, navegador de Internet, programa de correo electrónico, presentaciones, base de datos...).

Recursos Espaciales

De conformidad con la orden ECD. 329/2012, de 24 de febrero, por la que se establece el currículo de Técnico Superior en Marketing y Publicidad, para impartir los módulos se deberá contar con un aula polivalente de 60 metros cuadrados y un aula técnica de 100 metros cuadrados.

Recursos Humanos

Además del profesor y los alumnos, mediante la exposición de sus trabajos, se contará con la presencia de algún profesional que desarrolle actividades de análisis o dirección en el ámbito comercial, el cuál ofrecerá una charla relacionada con alguno de los contenidos de la programación. Juntamente, trataremos de contactar con alguna persona cuyo desempeño laboral se encuadre en algún sector relacionado con el módulo (organismos oficiales, empresas de investigación de mercados...etc.).

8.3. Materiales didácticos

Los más habituales serán el propio cuaderno de trabajo del alumno en el que se recogerán sus apuntes y actividades y los apuntes del profesor.

Se ha decidido contar con libro de texto de manera obligatoria durante el presente curso.

Además, se pondrá en conocimiento de los alumnos bibliografía complementaria y páginas web de interés y, por último, se estará alerta con las revistas especializadas, prensa económica o cualquier otro medio, para identificar cualquier material que se presente y sea susceptible de ser aprovechado.

8.4 Organización

No es necesaria una distribución u organización del aula especial para impartir el módulo, únicamente, la posibilidad de poder separar las mesas y las sillas de forma que puedan disponerse en grupos para realizar actividades en equipo. Las actividades que comprendan adquisición de contenidos por primera vez, así como las de consolidación de conocimientos se desarrollarán preferentemente de manera individual.

Los trabajos en grupo se reservarán para las actividades en las que se pretenda favorecer actitudes cooperativas y desarrollar la autonomía y responsabilidad de los alumnos. Las interacciones entre los alumnos beneficiarán sus relaciones sociales además de incrementar su motivación.

En cuanto al tamaño de los grupos, dependerá de la actividad, no siendo inferior a tres alumnos y mucho más amplio (incluso el grupo-clase) en el caso, por ejemplo, de los debates.

8.5.- Aprendizaje basado en proyectos

Durante todo el curso académico, los alumnos llevarán a cabo un Plan de Marketing donde se trabajarán los diferentes contenidos trabajados en las diferentes unidades de trabajo. Dichos contenidos forman parte del índice del módulo de Proyecto final de Marketing y Publicidad que se debe elaborar en el segundo curso del ciclo. El Plan pretende dar respuesta a una pregunta o solución a un problema y obtener como resultado un “producto final”. Los contenidos de Atención al cliente, consumidor y usuario que formarán parte del PFC son:

- Estructura organizativa de la empresa. El departamento de atención al cliente.

- CRM utilizados.
- Protección de datos.
- Gestión y solución de quejas.
- Plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente.

9. Medidas de atención al alumnado con necesidad específica de apoyo educativo o con necesidad de compensación educativa.

Las vigentes disposiciones y normas indican que se debe dar un tratamiento específico a los alumnos que por sus circunstancias lo precisen y realizar consecuentemente las adaptaciones curriculares precisas. Sin embargo, hay que tener en cuenta que en ningún caso las medidas que se apliquen pueden implicar la desaparición de objetivos relacionados con competencias profesionales necesarias para el logro de la competencia general para la que capacita el título.

Las diversidades que pueden presentarse en el alumnado suelen dividirse entre aquellas que provocan un ritmo más acelerado de aprendizaje y aquellas que producen posibles dificultades en el aprendizaje.

Para los primeros se procurará plantear un número adicional de supuestos prácticos, con un planteamiento más laborioso, que permita desarrollar su capacidad de investigación y razonamiento. También pueden plantearse trabajos adicionales voluntarios de investigación, junto a la bibliografía complementaria de interés que sirva para ampliar los conocimientos de aquellos alumnos más capacitados y con mayor necesidad de estímulos adicionales. El objetivo será que estos alumnos no pierdan su motivación debido a un ritmo de enseñanza-

aprendizaje de los contenidos inferior al que precisan y desean en virtud de sus inquietudes.

Para el caso de alumnos con dificultades, debe insistirse básicamente en los contenidos mínimos (distinguiendo en la metodología empleada entre contenidos básicos y complementarios). Deberemos proponer dentro del mismo grupo, actividades que respondan a diferentes grados de aprendizaje y secuenciar los materiales didácticos según su grado de dificultad. El trabajo en equipo será también fundamental para promover la interacción entre los alumnos, provocando transferencias de unos a otros.

Dentro del alumnado con problemas para el aprendizaje podemos encontrarnos, además, con alumnos que presenten discapacidades físicas y con alumnos provenientes de otros países que presenten dificultades para expresarse y entender nuestra lengua. Las medidas a adoptar respecto a alumnos con discapacidad física se encaminarán a adaptar la metodología y los instrumentos utilizados en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Respecto a los alumnos extranjeros, pueden proponerse documentos de lectura adicionales relacionados con los contenidos, realización de glosarios...etc.

En todos los casos, para los alumnos con problemas de aprendizaje por la causa que sea, se pueden proponer ejercicios de refuerzo y clases de recuperación.

El proceso de evaluación será fundamental a la hora de detectar cuáles son las carencias importantes de los alumnos de una forma rápida y proponer las tareas adecuadas para que se puedan alcanzar los objetivos particulares adecuados a cada alumno.

Además, a la hora de valorar el proceso de aprendizaje de cada alumno, deberemos hacerlo en términos de habilidades, de destrezas y actitudes desarrolladas, y no basándonos, únicamente, en una serie de conceptos, así como atender al grado de consecución de las competencias profesionales, personales y sociales y en función de los objetivos que nos hemos planteado para el alumno en cuestión.

10. Unidades de trabajo

10.1 Organización de las unidades de trabajo.

U.T 1: Atención al cliente y técnicas de comunicación.

Contenidos:

- La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Marketing relacional y de relación con los clientes.
- Gestión de las relaciones con clientes.
- Factores que influyen en la atención al cliente de una empresa u organización.
- La identidad corporativa y la imagen de marca. Posicionamiento y diferenciación.
- Servicios de atención al cliente, consumidor o usuario.
- El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Objetivos. Estructura y organización.
- Funciones del departamento.

- Dependencia funcional. Relaciones con otros departamentos.
- Estructuras organizativas: organigramas. Tipos.
- Competencias generales y específicas del personal del departamento de atención al cliente, consumidor o usuario.
- Los contact centers. Funciones que desempeñan en el sistema de relación con los clientes. Servicios que prestan.
- La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
- El proceso de comunicación.
- Tipos de comunicación.
- La comunicación en situaciones de información al cliente, consumidor o usuario. Actitudes y técnicas de comunicación.
- La empatía.
- La asertividad.
- La comunicación oral.
- La comunicación no verbal.
- La comunicación telefónica.
- Utilización de las nuevas tecnologías en la comunicación telefónica.
- La comunicación escrita. Tipos de cartas y documentos escritos. Las comunicaciones formales.
- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).

- El correo electrónico. Mensajería instantánea.
- Comunicación en tiempo real: chat. Videoconferencia.
- Comunicación diferida (foros).

U.T 2: Gestión y solución de quejas y reclamaciones: procesos de mediación y arbitraje.

Contenidos:

- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
- Proceso de gestión de reclamaciones y denuncias. Fases del proceso.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
- Proceso de tramitación y gestión de la reclamación.
- Las reclamaciones ante la Administración. Actuación administrativa. Los actos administrativos. El silencio administrativo.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento al cliente, consumidor o usuario ante las quejas y reclamaciones.
- La escucha activa y empática. La asertividad.

- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones o denuncias.
- El plan de negociación. Fases. Preparación. Estrategia. Desarrollo. Técnicas y tácticas de negociación en las reclamaciones. Acuerdo.
- Conceptos de mediación y arbitraje. Características diferenciadoras.
- Situaciones de conflicto en materia de consumo en las que se puede utilizar una mediación.
- El proceso de mediación.
- Situaciones de conflicto en materia de consumo en las que se puede plantear un arbitraje.
- El proceso de arbitraje en materia de consumo.

U.T 3: La protección del consumidor

Contenidos:

- Concepto de consumidor y usuario.
- Caracterización de diferentes tipos de consumidores y usuarios.
- Derechos del consumidor.
- La defensa del consumidor. Normativa legal.
- Instituciones públicas de protección del consumidor. Tipología, organigrama funcional y competencias.
- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología, organigrama

- funcional y competencias.

U.T 4: Organización de un sistema de información.

Contenidos:

- Técnicas de organización y archivo de documentación.
- Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
- Tipología de archivos. Archivos manuales e informáticos.
- Tratamiento y organización de documentos de atención al cliente, consumidor o usuario.
- Ficheros de clientes.
- Las bases de datos.
- Bases de datos documentales.
- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
- Manejo de bases de datos de clientes. Tratamiento de la información.
- Acceso a la información. Realización de consultas.
- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
- Protección de datos. Normativa legal.

U.T 5: Elaboración de un plan de calidad y de mejora del servicio de atención al cliente, consumidor o usuario

Contenidos:

- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento de las incidencias o anomalías.
- Procedimientos de control del servicio de atención al cliente.
- Evaluación del servicio de atención al cliente.
- Métodos para evaluar la eficacia del servicio y el nivel de satisfacción del cliente.
- Normativa aplicable en materia de atención al cliente. Ley de Ordenación del Comercio Minorista. Ley de servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico. Ley de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
- Programas de fidelización.

10.2 Temporalización de las unidades de trabajo

En cuanto a la temporalización, el módulo tiene una duración de 80 horas que se impartirán en 4 sesiones semanales durante los dos trimestres del primer curso, si bien, la temporalización exacta de las mismas dependerá del calendario escolar que apruebe cada año la Conselleria de Educación.

En la siguiente tabla se presentan las unidades de trabajo con la secuenciación y la temporalización de los distintos contenidos descritos anteriormente:

UNIDAD DE TRABAJO	HORAS	TRIMESTRE
1. Atención al cliente y técnicas de	13	1º

comunicación		
2. Gestión y solución de quejas y reclamaciones. Procesos de mediación y arbitraje.	16	1º
3. La protección del consumidor	14	1º
TOTAL 1ª Evaluación	43 h.	Septiembre-Diciembre
4. Organización de un sistema de información.	18	2º
5. Elaboración de un plan de calidad y de mejora del servicio de atención al cliente, consumidor o usuario.	19	2º
TOTAL 2ª Evaluación	37h	Diciembre-Febrero
TOTAL	80h	

En cualquier caso, la temporalización estará en función de la capacidad de aprendizaje y comprensión de los alumnos.

Seguimiento de la materia para alumnos que cursen el Módulo Profesional en la modalidad de DUAL.

Para realizar el seguimiento del trabajo desarrollado en el Centro y la Empresa, el tutor de Dual en el Centro y el tutor de la Empresa, emplearán un documento cuyo objetivo será el de ir validando (□ +/-□) durante todo el periodo formativo cada una de las tareas relacionadas con los conceptos teórico-prácticos que vayan siendo desarrollados en cada uno de los Módulos Profesionales que compongan el proyecto.

Ambos tutores, serán conocedores de los periodos asignados por los profesores para el desarrollo de sus materias. A partir de este punto, la relación entre el Tutor del Centro para el CF en formato Dual y el tutor de la empresa y los profesores del equipo docente del CF, cuyos módulos profesionales forman parte del proyecto, debe ser constante.

El Tutor de la empresa, validará las tareas desarrolladas en el entorno productivo e informará al Tutor del CF de Dual para que éste, a su vez, se coordine e informe a los profesores de:

1. Conocimientos teóricos y prácticos que el alumno debe anticipar, puesto que su puesta en práctica será realizada en un corto espacio de tiempo.
2. Conocimientos teóricos y prácticos que el alumno ha desarrollado en el entorno productivo de una forma:
 - a) Satisfactoria (+), o
 - b) No Satisfactoria (-).

Junto con los comentarios que estime oportuno, cuyo objetivo serán el de facilitar y mejorar el proceso formativo.

11. Elementos transversales

A lo largo del curso se incluirán una serie de conocimientos actualmente demandados por la sociedad: son los denominados temas transversales. Esto es así porque muchos de los problemas que padece nuestra sociedad tienen que ver con la falta de educación en valores.

Si con nuestros materiales educamos a los alumnos y alumnas en una serie de valores, contribuiremos a la existencia de una sociedad mejor, más comprensiva con los problemas sociales y tolerante hacia las diferencias.

A lo largo del año, introduciremos en el desarrollo de los contenidos los siguientes temas transversales:

- **Educación moral y cívica.** Los alumnos deben asumir la importancia de actuar de forma ética, profesional y cívica en el lugar de trabajo, es decir, respetar a los compañeros independientemente de su rango, cumplir con las normas, principios de igualdad de derechos entre los sexos, el rechazo a todo tipo de discriminaciones, realizar la labor profesional diligentemente...etc.
- **Educación ambiental.** Cada vez es mayor la concienciación social que existe ante los perjuicios que los procesos productivos y determinados productos pueden provocar en el medio ambiente. A lo largo del curso se incidirá en el respeto al medio en que vivimos como una forma de mejorar el bienestar de la sociedad.
- **Educación por la paz.** El proceso de globalización en el que estamos inmersos, a través de la liberalización del comercio internacional y la consiguiente proliferación de actividades internacionales, provoca que puedan surgir conflictos entre los intereses de los países que mantienen relaciones. Debemos fomentar hábitos de comportamiento democrático a la hora de solucionar los conflictos, mantener conversaciones, llegar a acuerdos que beneficien a todas las partes, cooperar, respetar las

opiniones y rechazar la intolerancia y la violencia.

- **Educación del consumidor.** Se mostrarán al alumno los mecanismos con que cuenta a la hora de defender sus derechos como consumidor, así como las obligaciones que soporta como suministrador de bienes y servicios.
- **Educación para la salud.** El módulo de Formación y Orientación Laboral se ocupa de estos aspectos específicamente, aunque a lo largo del desarrollo de nuestro módulo reflejaremos la importancia de estos temas en el desarrollo del trabajo y el respeto hacia los demás (posturas ante el ordenador, forma de sentarse, tabaco en el entorno laboral, bebidas alcohólicas...etc.).

En general, el tratamiento de estos y otros temas interesantes que puedan surgir a la hora de completar la formación de los alumnos se realizará mediante la inclusión equilibrada de estos contenidos con el resto que componen el currículum a través de la continua referencia a los mismos, tanto en el desarrollo teórico como en la planificación de las actividades de todas y cada una de las unidades.

Se realizarán actividades en grupos de trabajo, en las que se fomenta una actitud de respeto y valoración positiva de las ideas y opiniones ajenas, de cooperación y de aceptación de las decisiones tomadas por el grupo, se distribuirán las tareas equitativamente entre alumnos y alumnas, se usarán materiales reciclables y se fomentará el ahorro y aprovechamiento del papel para determinadas tareas, se

puede aprovechar la celebración de los días conmemorativos que se relacionan con estos temas para realizar actividades relacionadas...etc.

Naturalmente, se debe procurar que los valores representados por los temas transversales se vean reflejados en la actuación del profesor dentro y fuera del aula.

12. Actividades complementarias

Se considera fundamental que los alumnos/as que cursan este módulo profesional puedan realizar una serie de actividades complementarias que sirvan para acercar a éstos a la realidad laboral que determina su currículum:

- Exposición de temas puntuales y concretos realizados por personal técnico cualificado que esté desarrollando una función específica en empresas y/o proyectos.
- También es recomendable que los alumnos/as realicen una serie de actividades extraescolares durante el curso escolar:
- Visitas a empresas que por su carácter complejo y organizativo aporten una visión real (no simulada) del contexto y perfil laboral.
- Visitas a ferias y exposiciones.
- Asistencia sesiones técnicas desarrolladas por empresas del sector.
- Visitas a instituciones públicas relacionadas con el módulo, como, por ejemplo, la Cámara de Comercio, Hacienda, INEM...etc.
- Charlas o coloquios de directivos y empleados cuyos desempeños se relacionen con la actividad comercial.

Las actividades programadas por el departamento han sido entregadas al departamento de extraescolares del centro para que se incluyan en la PGA.

Estas son:

Primera evaluación:

- Visita a “À Punt”.
- *Dia de la Natura*
- Visita/charla del departamento de atención al cliente de KIA Benidorm
- Visita a la sede del Diario Información.
- Visita a las sedes de Radio Sirena/COPE, 40 Principales, ...

Segunda evaluación:

- Visita a la empresa “Llinares Impresores” de Villajoyosa.
- Estudio de audiencias de medios de comunicación.
- Charla profesional de una agencia de marketing.
- Charla de antiguo alumnado sobre el proyecto
- *Dia del cinema.*

Las actividades propuestas se pueden cambiar de fecha o cancelarse si las circunstancias así lo aconsejan.

El alumnado que no participe en la actividad extraescolar programada para su grupo debe acudir al IES en horario académico y elaborar una actividad que estará relacionada con la extraescolar en la que no ha participado. El profesor debe evaluar esta actividad dentro del porcentaje de trabajos y actividades.

13. Evaluación de la práctica docente a través de indicadores de éxito

A la hora de evaluar la práctica docente, tendremos también en cuenta todos los elementos relacionados, esto es, los recursos empleados, las actividades realizadas, la temporalización de las unidades y la secuenciación de los contenidos en las mismas...etc.

Por tanto, lo que se evalúa, en definitiva, es la propia programación que se ha hecho, de forma que se pueda valorar la actuación como docente y modificar aquellos aspectos que consideremos que no han sido adecuados.

Esta evaluación debe realizarse al final de cada unidad de trabajo, comprobando el nivel de cumplimiento de los objetivos que nos habíamos planteado para cada alumno. En aquellos aspectos en que los no se consiga un grado de cumplimiento general para todos los alumnos, será en los que habrá que incidir para subsanar errores.

Para poder detectar las posibles mejoras en la tarea docente, los **alumnos** serán **encuestados trimestralmente** mediante un formulario con las siguientes características:

Cuestionario de evaluación del profesor

Los alumnos rellenarán cada trimestre el cuestionario puntuando del 1 al 5, siendo:

- 1: Totalmente satisfecho
- 2: En desacuerdo
- 3: De acuerdo
- 4: Bastante de acuerdo

5: Totalmente de acuerdo

Preguntas:

- 1.- ¿Al inicio de la clase explica los objetivos que pretende conseguir?
- 2.- ¿Explica de manera sistemática y clara?
- 3.- ¿Las actividades que propone se adaptan a todos los alumnos?
- 4.- ¿Las tareas y actividades son variadas?
- 5.- ¿Utiliza material y recursos adecuados?
- 6.- ¿Mantiene buena relación con los alumnos?
- 7.- ¿Manifiesta una actitud respetuosa con los alumnos?
- 8.- ¿Facilita la participación de todos los alumnos en clase?
- 9.- ¿Atiende correctamente las consultas y dudas de los alumnos?
- 10.- ¿Trata de motivar tu interés en la materia?
- 11.- ¿Muestra en las clases la utilidad práctica en la materia?
- 12.- ¿Asiste regularmente a clase?
- 13.- ¿Inicia las clases con puntualidad?
- 14.- Cuando falta ¿deja trabajo preparado?
- 15.- ¿Se realizan actividades complementarias?
- 16.- Observaciones:

De forma paralela, al **final de curso**, con el objetivo de **evaluar el trabajo** realizado por el **profesor**, se entregará a los alumnos un cuestionario para que valoren aspectos relativos al funcionamiento y desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje y el papel desempeñado por el profesor.

El cuestionario es el siguiente:

Cuestionario de evaluación al profesor: Puntúa de 0 a 10



1. Organización, comunicación y desarrollo de las clases:

- La forma que tiene de hacer la clase este profesor me ayuda a comprender la materia
- El profesor responde con claridad las preguntas que le hacemos los estudiantes en clase sobre la materia
- Este profesor procura saber si los estudiantes entienden lo que explica (nos ayuda cuando tenemos dificultades)
- Este profesor nos ayuda a entender la relación que hay entre las prácticas y los contenidos teóricos correspondientes
- La preparación de las clases o sesiones por parte del profesor, según se deduce de las clases que imparte es ...
- La idoneidad de las prácticas de esta asignatura es ...
- La capacidad del profesor para dirigir la clase y promover nuestra actividad
- Dominio adecuado de los contenidos de la asignatura por parte del profesor
- La claridad y el orden en la exposición de los temas y las explicaciones
- La metodología utilizada por el profesor
- Dispone de información y conocimientos actualizados
- Contribuye, mediante las actividades, prácticas, ejercicios, debates..., a facilitar la adquisición y consolidación de los contenidos de la

asignatura

- Da indicaciones que permiten profundizar y complementar los contenidos de los materiales
- Conecta los contenidos con la actualidad y la práctica profesional
- El material estaba bien preparado y se ha explicado cuidadosamente
- La forma de exponer la materia me ha facilitado poder tomar apuntes
- La eficacia del profesor para comunicar la materia es ...
- El profesor/a es asequible (se puede hablar con facilidad, no mantiene una postura distante)
- El trato del profesor con nosotros es respetuoso y tiene en cuenta nuestras características y necesidades
- Es capaz de suscitar interés para la asignatura
- Consigue que sus presentaciones sean amenas
- Con la forma de presentar sus materias, consigue mantener la atención durante toda la clase

2. Interacción con los alumnos:

- Este profesor estimula a los estudiantes para que estudien y realicen las actividades mandadas
- Este profesor favorece la participación activa de los estudiantes
- Fomenta el trabajo cooperativo de los estudiantes
- Anima a los estudiantes cuando se produce desánimo

- Promueve que el estudiante se sienta parte del grupo
- Se ha animado a los estudiantes a participar en las discusiones de clase
- Se ha invitado a los estudiantes a compartir sus conocimientos e ideas
- Se ha animado a los estudiantes a preguntar y se les han dado respuestas satisfactorias
- Se ha animado a los estudiantes a expresar sus ideas y a cuestionar las expresadas por el profesor

3. Actitud y motivación

- Este profesor parece motivado e interesado por la docencia
- Este profesor ha mostrado entusiasmo impartiendo el curso
- El profesor ha sido dinámico y activo durante todo el curso
- Este profesor cumple satisfactoriamente sus obligaciones docentes (disposición para atender a los estudiantes durante las horas de tutoría, sistema de evaluación bien establecido...)
- El cumplimiento de los horarios de clase por el profesor es ...
- Su nivel de atención y disponibilidad en el trato con los estudiantes, en clase y en las horas de consulta, es ...
- El profesor se ha mostrado accesible en el trato individual con los estudiantes
- El profesor me ha hecho sentir bien recibido cuando le he pedido

ayuda o consejo dentro o fuera de clase

- El profesor ha mostrado interés sincero por los alumnos
- El profesor estaba adecuadamente disponible para los estudiantes fuera de las horas de clase.

4. Evaluación

- Las pruebas de evaluación se corresponden con los contenidos fundamentales de la asignatura
- Los enunciados de todas las pruebas de evaluación son claros
- Se conocen los criterios de evaluación
- Se proporcionan soluciones o comentarios individualizados sobre el grado en el que cada estudiante logra los objetivos
- Los comentarios del profesor sobre los exámenes y trabajos corregidos han sido de gran ayuda
- La forma de evaluar es equitativa y adecuada
- Los contenidos de los exámenes y otros trabajos evaluados correspondían con los contenidos vistos y con el énfasis que puso el profesor en cada tema

5. Consideraciones finales

- Considero que con este profesor he aprendido
- Como valoras globalmente la actuación docente de este profesor
- ¿cuáles son las características de este profesor que más te han



ayudado en el proceso de aprendizaje durante el curso (4)?

- ¿cuáles son las características de este profesor que se deberían mejorar prioritariamente (4)?
- Otros comentarios.