



**Programación didáctica del módulo:
1234 Servicios de Atención Comercial**

**2ºCurso CFGM
Técnico en Actividades Comerciales**

Berta Delgado Quintana

Departamento de Comercio y Marketing

I.E.S. Las llamas

Santander

Curso 2023-2024

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. COMPETENCIAS.....	4
2.1 Competencias general	4
2.2 Competencias profesionales, personales y sociales	4
3. OBJETIVOS GENERALES	5
4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	6
5. CONTENIDOS.....	9
6. DISTRIBUCION TEMPORAL.....	12
7. METODOLOGIA DIDÁCTICA	13
7.1 Principios Metodológicos	13
7.2 Estrategias metodológicas.....	14
8. SESIONES LECTIVAS CON EL ALUMNADO.....	14
8.1 Estructura de las clases.....	14
8.2 Tipos de actividades	15
9. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	15
10. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	17
11. UTILIZACION DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS	18
12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	18
13. EVALUACION	18
13.1 Fases de la evaluación	18
13.2 Procedimientos e instrumentos de evaluación	19
13.3 Criterios de calificación	20
13.4 Proceso de recuperación	20
13.5 Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación	21
14. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MODULO.....	21
15. RELACION CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.....	23
16. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE	24
17. NORMATIVA	25
18. HOJA INFORMATIVA PARA LOS ALUMNOS	26

18.1 Objetivos generales	26
18.2 Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.....	27
18.3 Contenidos	30
18.4 Distribución Temporal	33
18.5 Procedimientos, instrumentos y criterios de evaluación	34
18.6 Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación	36
18.7. Aspectos curriculares mínimos para superar el módulo.....	36

1. INTRODUCCIÓN

Este módulo se imparte en el primer curso del ciclo formativo de grado medio de Técnico en Actividades Comerciales.

Legislación aplicable a este ciclo formativo:

- Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

2. COMPETENCIAS

2.1 Competencias general

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

El módulo profesional Servicios de Atención Comercial (Cód. 1234) está asociado a la Unidad de Competencia: UC0241_2: Ejecutar las acciones de servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

Este módulo se caracteriza por capacitar al alumno para llevar a cabo una atención al cliente eficaz, planificando y gestionando un sistema de información sobre los consumidores y usuario de las organizaciones, para aproximar el producto y/o servicio de forma personalizada a dichos clientes, garantizando un alto nivel de satisfacción a través de un servicio de calidad.

2.2 Competencias profesionales, personales y sociales

Según establece Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas, este módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales j), m), n), ñ), o), p) y q) del ciclo formativo:

- 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.

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

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.

3. OBJETIVOS GENERALES

Según establece Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas, este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales ñ), q), r), s), t), u), v) y w) del ciclo formativo.

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 a 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.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.
- b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.
- c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente 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 al cliente, 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.

RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, 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 al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.
- d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.
- e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.

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

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

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.

RA 3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, 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 al cliente/consumidor/usuario.

d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a 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 métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.

RA 4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.

Criterios de evaluación:

a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.

b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.

c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.

d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.

e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.

RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, 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 del cliente.

c) 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 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 del cliente.

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.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.

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 al cliente 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 del cliente y la eficacia del servicio prestado.

f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.

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 clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).

5. CONTENIDOS

Los contenidos del módulo están recogidos en la ECD/82/2014, de 25 de junio, para la Comunidad Autónoma de Cantabria, que establece como contenidos a impartir los siguientes bloques temáticos:

1. Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:
 - La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
 - Gestión de las relaciones con clientes.
 - La identidad corporativa y la imagen de marca.
 - Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.
 - Seguimiento de la venta. Servicios postventa. Información y asesoramiento. Atención y satisfacción del cliente. Atención de quejas y reclamaciones.
 - El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones. Funciones. Estructura y organización.
 - Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización. Relación con el departamento de marketing y relaciones públicas. Relación con el departamento de ventas. Relación con otros departamentos de la empresa.
 - Estructuras organizativas: organigramas.
 - Tipos de organigramas.
 - Los “contact centers”. Funciones que se desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas
2. Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:
 - La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
 - El proceso de comunicación. Elementos. Fases del proceso. Dificultades y barreras. Canales y soportes de comunicación.
 - Tipos de comunicación: interna y externa, formal e informal, verbal y no verbal.

- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
 - La empatía.
 - La asertividad.
 - La comunicación oral. Normas para hablar en público. La comunicación telefónica. Reglas para la comunicación telefónica. Utilización de las nuevas tecnologías en la comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
 - La comunicación escrita. Reglas para la comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
 - La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
 - El correo electrónico. La mensajería instantánea.
 - Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).
3. Organización de la información relativa a la relación con los clientes:
- Técnicas de organización y archivo de documentación. Finalidad y funciones del archivo. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
 - Tipos de archivos. Archivos centralizados y por departamentos. Archivos temporales y definitivos. Archivos manuales e informáticos.
 - Organización de documentos de atención al cliente.
 - Ficheros de clientes. Elaboración y actualización de ficheros de clientes.
 - Las bases de datos. Estructura. Funciones. Tipos.
 - Bases de datos documentales.
 - Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
 - Manejo de bases de datos de clientes:
 - Tratamiento de la información.
 - Introducción y grabación de datos.
 - Modificación y actualización de datos.
 - Búsqueda y recuperación de archivos y registros.
 - Acceso a la información. Realización de consultas.
 - Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
 - Normativa legal en materia de protección de datos.
4. Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario:
- Concepto de consumidor y usuario.
 - Consumidores y usuarios finales e industriales. La compraventa mercantil. Contratos de

compraventa especiales.

- Derechos del consumidor.
- La defensa del consumidor. Normativa legal: Art. 51 de la Constitución. Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Ley de Crédito al Consumo. Ley de Condiciones Generales de la Contratación. Ley de Compraventas celebradas fuera del establecimiento Mercantil. Leyes autonómicas de protección del consumidor. Normativa comunitaria.
- Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. Administración Central, Autonómica y Local. El Defensor del Pueblo. El Tribunal de Defensa de la Competencia.
- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. Asociaciones de consumidores y usuarios. Cooperativas de consumo.
- Sistema arbitral de consumo.

5. Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:

- 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.
- Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones. Elementos formales. Documentos necesarios o pruebas. Cumplimentación documental.
- Proceso de tramitación de las reclamaciones. Plazos. Presentación ante los organismos competentes.
- Las reclamaciones ante la Administración. Sistemas autonómicos de consumo: potestad sancionadora. Denuncia ante los servicios autonómicos de consumo: admisión de la denuncia e incoación del procedimiento sancionador, alegaciones y prueba, en su caso. Resolución. Los actos administrativos. Elementos. Tipos de actos. Eficacia de los actos. El silencio administrativo.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones. Comunicación oral, escrita y telefónica.
- Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad.
- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones. Objetivos. Aspectos que hay que negociar.
- El plan de negociación. Fases: preparación, estrategia, desarrollo y acuerdo.
- Técnicas de negociación en las reclamaciones.

6. Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario:

- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la

resolución de quejas y reclamaciones.

- Tratamiento de las anomalías. Medidas correctoras. Forma. Plazos.
- Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente. Criterios y métodos de evaluación. Métodos para medir el nivel de satisfacción del cliente. Parámetros y técnicas de control. Aplicación de medidas correctoras.
- Normativa aplicable en la atención al cliente. Ley de ordenación del Comercio Minorista. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico. Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
- Programas de fidelización de clientes: Información. Visitas de seguimiento. Resolución de problemas con rapidez y eficacia. Regalos, descuentos y promociones. Felicitaciones y agradecimientos. Servicios adicionales.

6. DISTRIBUCION TEMPORAL

El módulo profesional Servicios de Atención Comercial tiene asignada una carga horaria de 80 horas (Orden ECD/82/2014, de 25 de junio) repartidas en 4 periodos lectivos semanales.

La distribución de los contenidos quedaría de la siguiente manera:

PRIMERA EVALUACIÓN (44h)

Unidad de trabajo 0 INTRODUCCION AL MÓDULO Y PROGRAMA TACOGE 2h

Unidad de trabajo 1: ATENCIÓN COMERCIAL EN LA EMPREA 4 h

Unidad de trabajo 2: COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN COMERCIAL: 11 h

Unidad de trabajo 3: ATENCIÓN TELEFÓNICA: 9h

Unidad de trabajo 4: COMUNICACIONES ESCRITAS EN LA ATENCIÓN COMERCIAL: 15 h

Unidad de trabajo 5: ATENCIÓN COMERCIAL Y MEDIOS DIGITALES: 3 h

SEGUNDA EVALUACIÓN (36h)

Unidad de trabajo 6: LA ORGANIZACIÓN DOCUMENTAL EN LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES 9h

Unidad de trabajo 7: LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE 9h

Unidad de trabajo 8: TRAMITACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES: 9h

Unidad de trabajo 9: LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR Y USUARIO 9h

EVALUACIÓN	Unidad de trabajo	Resultados de aprendizaje implicados
1ª	UT1 Atención comercial en la empresa	RA1
	UT2 Comunicación y atención comercial	RA2
	UT3 La atención telefónica	RA1-RA2
	UT4 Las comunicaciones escritas en la atención comercial	RA2
	UT5 Atención comercial y medios digitales	
2ª	UT6 El La organización documental en las relaciones con los clientes	RA3
	UT7 La calidad en el servicio de atención comercial	RA6
	UT8 Tramitación de quejas y reclamaciones	RA5-RA6
	UT9 La protección del consumidor y usuario	RA4

7. METODOLOGIA DIDÁCTICA

7.1 Principios Metodológicos

Para el desarrollo correcto del alumnado y del proceso de enseñanza-aprendizaje se han de tener en cuenta una serie de principios pedagógicos importantes:

- Partir del nivel de desarrollo del alumnado. El diseño de la programación tiene en cuenta las capacidades y características del grupo medio de edad al que van dirigidas, alumnado de 2º de grado medio, así como los conocimientos previos de que disponga el alumnado sobre el tema. Conocer en dónde se sitúa el alumnado es el punto inicial de la unidad.
- Construcción de aprendizajes significativos. Favorecer que el alumnado establezca relaciones entre sus aprendizajes y experiencias previas con los nuevos contenidos es fundamental para que puedan crear aprendizajes significativos, dotándolos de sentido.
- Fomento de la aplicación de los nuevos contenidos. Que el alumnado pueda comprobar el sentido práctico de lo aprendido es algo esencial para dotarlo de significado.
- Promoción de la autonomía del alumnado. La consecución de aprendizajes significativos exigirá que el alumnado se encuentre motivado por las tareas que va a emprender y con un papel activo en el proceso de aprendizaje. Esto exige estimulación constante del alumnado a través de la realización de actividades, preguntas, juegos, etc., que fomenten y premien la toma de decisiones autónomas.
- Creación de un clima de aceptación mutua y colaboración en clase. El ambiente del aula debe favorecer la interacción y la confianza entre el alumnado y entre éste y el docente para poder

generar un entorno en el que la participación, el debate y el aprendizaje entre iguales tengan lugar.

- Aprendizaje entre iguales. Proporcionar actividades y dinámicas de aula en las que el alumnado es el protagonista de sus aprendizajes al tiempo que se le da la oportunidad de que se apoyen entre ellos para obtener aclaraciones, llegar a nuevas deducciones, debatan posibilidades...; siempre contando con la supervisión del docente.

7.2 Estrategias metodológicas

Siguiendo estos principios, la metodología a emplear será activa para favorecer la capacidad del alumnado de aprender por sí mismo. Se facilitará el trabajo autónomo estimulando al mismo tiempo sus capacidades de trabajo en equipo y potenciando la aplicación de lo aprendido en la vida real.

En el trabajo diario en el aula se van a emplear tanto estrategias expositivas como indagativas; por medio de las primeras se pretende que los aprendizajes que adquiere el alumnado sean significativos, para lo cual partiremos del nivel de desarrollo del alumnado y sus conocimientos previos. Además, los nuevos contenidos se ofrecerán de forma gradual, adaptando su complejidad para que les resulten comprensibles y de forma estructurada.

Por medio de las estrategias indagativas se pretende que el alumnado reflexione e investigue, de forma individual y con sus iguales poniéndose en contacto con situaciones de acción o de práctica real de lo aprendido y fomentando así un aprendizaje significativo y funcional. Al mismo tiempo, se proporciona al alumnado un papel activo en el proceso de aprendizaje, no siendo un mero receptor de la información, lo cual también favorece su relación con iguales y su autonomía en la toma de decisiones. de mostrar al alumnado que lo aprendido no es algo ajeno a la realidad, así como cualquier texto que además de motivar al alumno a la lectura acerque la realidad al aula.

- Al estar el módulo muy vinculado al mundo laboral, es conveniente que el alumnado visite centros y lugares de trabajo como actividades complementarias y extraescolares. Para ello será útil la coordinación con el tutor, o con todo el equipo educativo del ciclo formativo, a fin de que el alumnado visite aquellas empresas relacionadas con el sector y compruebe la aplicación práctica de los contenidos.

La metodología será activa y participativa, que facilite la interacción, fomente la responsabilidad sobre el aprendizaje, asegure la motivación, favorezca la modificación o adquisición de nuevas actitudes, posibilite el desarrollo de habilidades y potencia la evaluación como un proceso de retroalimentación continua.

8. SESIONES LECTIVAS CON EL ALUMNADO

8.1 Estructura de las clases

A continuación, se expone la estructura general a seguir en el proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo. Se trata de una estructura abierta y flexible, que pretende dar respuesta a los requisitos

antes planteados.

1. Presentación de la unidad de trabajo y actividad de diagnóstico (en la sesión 1). En la primera sesión de la unidad de trabajo se realizará una actividad que permita conocer el nivel del que parte el alumnado y se explicará el objetivo de la unidad, el modo de trabajo, las herramientas que se van a emplear, el proceso de evaluación, etc.
2. Actividad de inicio para conectar con el alumnado. Podrá ser de dos tipos:
 - Actividades para recordar lo visto en sesiones anteriores o para introducir los contenidos de la sesión.
 - Preguntas para comprobar el estado de ánimo del alumnado, que permita establecer un buen clima de aula y motivarles para el trabajo en la sesión.
3. Exposición y explicación general de los aspectos teórico-prácticos.
4. Actividades de aplicación.
5. Cierre de la sesión a través de una actividad que recoja los aspectos vistos en la sesión.

8.2 Tipos de actividades

La metodología descrita anteriormente requiere el siguiente tipo de actividades:

- Actividades de conocimientos previos. Al comienzo de la unidad de trabajo se realizará una actividad inicial para conocer el punto de partida del alumnado y la diversidad de sus conocimientos previos e intereses/opiniones
- Actividades de desarrollo, secuenciadas según el grado de complejidad. La secuenciación graduada de actividades hace posible trabajar los mismos contenidos con diferentes niveles de estudio para atender a la diversidad del alumnado.
- Actividades de evaluación, para valorar el aprendizaje del alumnado y profundizar en aquellos aspectos que precise cada uno de ellos.
- Actividades de refuerzo, para aquel alumnado que durante el desarrollo de la unidad encuentra dificultades para la adquisición de los contenidos.
- Actividades de recuperación, destinadas a aquel alumnado que no ha logrado los aprendizajes esperados.
- Actividades de ampliación, dirigidas a aquel alumnado que ha adquirido los aprendizajes propuestos y le interesa ampliarlos.
- Actividades colectivas, para fomentar el trabajo cooperativo, el aprendizaje entre iguales y el aprendizaje paralelo de actitudes y valores.
- Actividades de cierre de sesión.

9. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

La diversidad como aspecto diferenciador de cualquier grupo humano es un hecho, una realidad social y educativa, y que deber ser considerada en sí mismo como un valor educativo para la convivencia plural y democrática, influyendo directamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje y, por lo tanto, en el planteamiento que como docente se debe realizar del mismo.

La diversidad del alumnado es una realidad que se contempla en todas las enseñanzas del sistema

educativo, si bien el modo en que se da respuesta varía según en la que se encuentre el alumnado. El Decreto 78/2019, de 24 de mayo, BOC 3 de junio de 2019, establece una serie de medidas de atención a la diversidad que clasifica como:

1. Ordinarias: actuaciones y programas dirigidos tanto a prevenir posibles dificultades y, en su caso, a facilitar la superación de las mismas, como a profundizar en el currículo, mediante actuaciones organizativas, de coordinación y adecuación del mismo, sin alterar significativamente sus elementos esenciales.
2. Específicas: actuaciones y programas que dan respuesta a las necesidades educativas que requieren modificaciones significativas en alguno de los elementos esenciales del currículo o adaptaciones de acceso al currículo, así como cambios organizativos que faciliten la aplicación de dichas medidas.
3. Extraordinarias: actuaciones y programas que dan respuesta a las necesidades educativas que requieren modificaciones muy significativas.

Según este mismo decreto, el alumnado de grado medio con necesidad específica de apoyo educativo podrá seguir itinerarios formativos personalizados, mediante el procedimiento y en las condiciones que determine la Consejería competente en materia de educación (art. 53.4).

Asimismo, la Consejería también podrá establecer medidas de flexibilización para el alumnado con necesidad específica de apoyo educativo asociada a altas capacidades (art. 53.6).

Según lo descrito anteriormente, para atender adecuadamente a la diversidad del grupo clase se recurrirá en concreto a:

Medidas ordinarias generales

1. Curriculares:
 - Introducción de objetivos que sean relevantes en el entorno del alumnado.
 - Enriquecimiento del currículo de la materia con referencias y aportaciones de diferentes culturas.
2. Metodológicas:
 - Flexible y adaptada al alumnado: adecuando la enseñanza (grado de complejidad de las actividades) a las características de cada alumno.
 - Práctica, fomentando el saber hacer con un papel activo del alumnado como centro del aprendizaje.
 - Uso de facilitadores de la información: visual y directa.
 - Preguntas de confirmación al alumnado, así como atención a su respuesta no verbal para asegurar que comprenden los contenidos por la diversidad cultural del aula.
3. Coordinación:
 - Coordinación del equipo docente para establecer pautas comunes en la enseñanza del alumnado y conocer las características del grupo.
 - Colaboración y comunicación con las familias del alumnado en el caso de los menores de edad y con las propias personas en el caso de adultos (tutoría).

4. Evaluación:

- Registros de la evaluación del alumnado.
- Adaptación del formato del examen. Entendiéndose como tal al uso de enunciados más directos, subrayados o con palabras en negrita.

Medidas ordinarias singulares

- Actividades de recuperación. Organizando actividades con el fin de facilitar al alumnado la recuperación del módulo de Servicios de Atención Comercial no superado anteriormente.
- Apoyo para el aprendizaje de español. La realidad del alumnado del curso 2023-2024 no hace necesario un programa de aprendizaje de español propiamente dicho, pero sí implica modificar elementos de la comunicación como variar el ritmo de comunicación, evitar o anticipar el significado de referencias culturales que puedan desconocer (referencias de un entorno que pueden ser desconocido, refranes, expresiones o giros idiomáticos, etc.).
- Refuerzo educativo para aquel alumnado que manifieste alguna dificultad en determinados contenidos dentro del aula y, en la medida de lo posible, fuera de esta: en recreos o con trabajo del alumnado en casa.
- Profundización en la materia para el alumnado con mayores capacidades, de manera que se satisfagan sus necesidades y expectativas, evitando así su desmotivación a través de actividades complementarias, propuesta de artículos o textos adicionales, etc.

Las fases que se seguirán en el proceso de atención a la diversidad serán las siguientes:

1. Consulta del alumnado del grupo clase para conocer sus características y planificar las medidas que sean necesarias.
2. Desarrollo de las sesiones aplicando la metodología general diseñada para el grupo clase.
3. Localización e identificación de las características del alumnado y sus necesidades.
4. Selección de las medidas en función de las necesidades del alumnado.
5. Si fuera preciso, consulta con el departamento de orientación para dicha selección.
6. Aplicación de las medidas.
7. Seguimiento.

10. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

- Apuntes y actividades proporcionados por la profesora y subidos a Teams.
- Libro de referencia: Soledad Carrasco Fernández, Servicios de Atención Comercial. Editorial Paraninfo (2017.)
- Libro de consulta: María Eugenia Escudero, Servicios de Atención Comercial. Editorial Editex (2015).
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

- La Constitución Española (artículo 51)
- Documentos propios de utilización en cada área, notas de aviso, cartas de presentación, hojas de reclamaciones, etc.
- Revista de la OCU, AUSBANC, etc.
- Cañones de proyección para la proyección de videos relacionados con el tema, software de aplicaciones relacionadas con la materia.
- Equipo informático para la consulta de páginas Web, como pueden ser: www.ocu.org, www.ucecantabria.org, www.facua.org, www.ceaccu.org, www.consumo-ccu.es, www.ayto-santander.es, www.oficinadelconsumidor.org, www.rae.es, etc
- Socrative, Plickers y Kahoot
- Aulas de informática y biblioteca.

11. UTILIZACION DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS

Este módulo requiere el uso de un aula de referencia y de un aula de informática.

12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

El alumnado del módulo participará en las actividades complementarias y extraescolares relacionadas con los siguientes proyectos:

- “Planificación, organización y desarrollo de un mercadillo solidario de segunda mano” junto con los alumnos de 1ºTAC.
- Proyecto TACOGE, junto con los alumnos de 1ºTAC.

Todas las actividades tendrán una finalidad didáctico-pedagógica, bien como complemento o profundización o como metodología práctica para explicar contenidos teóricos.

La realización de las mismas podrá verse condicionada por las posibilidades que ofrece el horario y/o disponibilidad de medios, tanto materiales como humanos.

13. EVALUACION

13.1 Fases de la evaluación

El plan de evaluación se realizará siguiendo estas tres fases diferenciadas:

1ª Fase: Evaluación inicial

Un análisis de la situación de partida del alumnado permitirá averiguar los conocimientos previos para poder trabajar en la zona de desarrollo próxima más adecuada al conjunto del grupo. Para lograr el objetivo perseguido se realizará en el momento en que se vaya a comenzar la unidad de trabajo.

2ª Fase: Evaluación formativa

La evaluación continua a lo largo de las diferentes unidades de trabajo permitirá en cada momento detectar cuáles son las dificultades y avances que se producen a lo largo del proceso de enseñanza aprendizaje y reconducirlo en caso de fuese necesario, adaptando el desarrollo de las unidades de trabajo a las necesidades del grupo. Para ello, se combinarán diferentes actividades como observación directa del alumnado, diario de aula o realización de trabajos mediante los que se valorarán los progresos del alumnado a lo largo del proceso de enseñanza aprendizaje.

3ª Fase: Evaluación sumativa

Esta evaluación final permitirá conocer si el nivel de aprendizaje alcanzado por el alumnado se corresponde con los objetivos inicialmente fijados. Los instrumentos de evaluación necesarios para evaluar esta fase se desarrollan a continuación.

13.2 Procedimientos e instrumentos de evaluación

Para poder valorar correctamente la evaluación sumativa se utilizarán los siguientes instrumentos:

- **Pruebas escritas.** En cada evaluación se realizará, al menos, una prueba escrita que contendrá preguntas y actividades del mismo tipo que las desarrolladas en el aula, versarán sobre los contenidos impartidos en el período y la fecha de realización y estructura se pondrá en conocimiento de los alumnos con suficiente antelación. Podrán constar de:
 - Cuestiones para desarrollar.
 - Selección de la respuesta correcta.
 - Justificación de verdadero o falso.
 - Preguntas de reflexión y razonamiento
 - Definición de conceptos básicos.
 - Casos prácticos de resolución de problemas donde prime el razonamiento de los resultados por parte del alumno.
 - Análisis de un texto de actualidad.
 - Cuestiones para identificar, definir, relacionar, explicar, enumerar, diferenciar, etc, conceptos estudiados.
 - Cada prueba puede contener parte o todos los apartados anteriores. La estructura de cada prueba y la valoración numérica de los apartados que contenga será expuesta al alumnado antes de la realización de la misma.
- **Producciones del alumnado.** A lo largo de las unidades de trabajo el alumnado tendrá que desarrollar diferentes actividades individuales y/o grupales tales como trabajos de investigación, aplicación de contenidos, puesta en marcha y desarrollo de MercaTAC, etc. Dichas actividades deberán ser presentadas en tiempo, forma y contenido para poder ser valoradas como parte de la calificación final del módulo.

13.3 Criterios de calificación

Los criterios de calificación de los instrumentos anteriores serán los siguientes:

- Pruebas escritas: 70% de la nota.
- Producciones del alumnado: 30% de la nota.

Para la correcta aplicación de los criterios anteriores conviene tener en cuenta que:

- El peso de MercaTAC en la primera y segunda evaluación será proporcional a los contenidos impartidos en cada evaluación, no suponiendo en ningún caso el total del 30% asignado a las producciones del alumnado.
- El retraso en la entrega de la tarea supondrá una calificación de 0 a menos que el alumno justifique debidamente dicho retraso.
- Las faltas de ortografía, tanto en pruebas escritas como en producciones, supondrán una minoración de la calificación de esa prueba escrita o producción. Se permitirán cinco faltas, restándose por las siguientes 0'1 puntos hasta un máximo de 1'5 puntos.

Nota final de la evaluación

La nota final de cada evaluación será el resultado de la media ponderada de las calificaciones obtenidas en los instrumentos de evaluación anteriormente indicados. Superará la evaluación el alumno que como resultado de la aplicación de estos criterios obtenga al menos un 5.

Si como resultado de la aplicación de los criterios anteriores la nota obtenida fuera inferior a 5, la evaluación quedará suspensa, debiendo realizar la recuperación de los contenidos de la evaluación suspensa.

13.4 Proceso de recuperación

El proceso de recuperación está destinado al alumnado que no haya obtenido una calificación positiva (igual o mayor a 5) en alguna evaluación. El alumnado podrá recuperar las evaluaciones suspensas en dos períodos: primera evaluación final y segunda evaluación final.

Primera evaluación final

Las actividades que deberá realizar el alumnado con evaluaciones suspensas serán las siguientes:

- Prueba escrita: 70%
- Producciones 30%. Se mantendrá la nota de las producciones de la evaluación a recuperar.

La calificación final del módulo será la nota media de las dos evaluaciones (notas reales), teniendo que estar todas aprobadas, y tendrá un valor entre 1 y 10. Si alguna evaluación estuviera suspensa, la primera evaluación final quedaría suspensa.

Segunda evaluación final

El alumnado que no hubiese superado la primera evaluación final deberá examinarse de los contenidos de aquellas evaluaciones que tuviera suspensas y realizar un programa de recuperación. El tiempo

existente entre la primera y la segunda evaluación final se destinará a la realización de actividades de refuerzo que favorezcan la superación de la citada prueba.

La calificación de la evaluación recuperable se obtendrá de la siguiente manera:

- Prueba escrita: 70%
- Programa de recuperación: 30%.

La calificación final del módulo en la segunda evaluación final será la nota media de las dos evaluaciones (notas reales), teniendo que estar todas aprobadas y podrá ser:

- Entre 1 y 10, en caso de que el alumno/a se presente a la prueba escrita y/o entregue las actividades planteadas, no pudiendo ser dicha calificación inferior a la obtenida en la primera evaluación final.
- NE en caso de no presentarse a la prueba y no entregar las actividades planteadas.

13.5 Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación

En caso de sorprender a algún alumno realizando prácticas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de normas sobre prácticas fraudulentas aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular de la familia de Comercio y Marketing y que se ha dado a conocer al alumnado en las hojas informativas que se les entregan a principio de curso.

14. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MODULO

Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:

- La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Gestión de las relaciones con clientes.
- La identidad corporativa y la imagen de marca.
- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.
- El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.
- Estructuras organizativas: organigramas.
- Tipos de organigramas.
- Los *contact centers*. Funciones que desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.

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.
- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
- La empatía.
- La asertividad.
- La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
- La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
- El correo electrónico. La mensajería instantánea.
- Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).

Organización de la información relativa a la relación con los clientes:

- Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
- Tipos de archivos.
- Organización de documentos de atención al cliente.
- 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.
- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes. Normativa legal en materia de protección de datos.

Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario

- Concepto de consumidor y usuario.
- Consumidores y usuarios finales e industriales.
- Derechos del consumidor.
- La defensa del consumidor. Normativa legal.
- Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.
- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.

Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:

- 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.
- Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones.
- Proceso de tramitación de las reclamaciones.
- Las reclamaciones ante la Administración.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad.
- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.
- El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo.
- Técnicas de negociación en las reclamaciones.

Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario

- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento de las anomalías.
- Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente.
- Normativa aplicable en la atención al cliente.
- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
- Programas de fidelización de clientes.

15. RELACION CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS

La contribución de esta módulo a los planes, programas y proyectos del instituto se pone de manifiesto de la siguiente forma:

- Proyecto T-ACOGES. Programa de acogida del alumnado de grado medio que ha sido creado para, entre otros objetivos, reducir la tasa de abandono y absentismo, despertar el interés del alumnado y fomentar su rápida integración.
- Proyecto MercaTAC. Proyecto de trabajo colaborativo en el que participan alumnos de 1º y 2º de Grado Medio del Ciclo de Actividades Comerciales y en el que diseñan, desarrollan y gestionan un mercadillo solidario con productos de segunda mano. La duración del proyecto es de aproximadamente cuatro meses, en los cuales están implicados varios módulos formativos. El objetivo del proyecto es aplicar los conocimientos adquiridos en el aula, a través de un

emprendimiento social, trabajando siempre en equipo. Desde este módulo se participa en dicho proyecto con el proceso de la atención comercial del mercadillo.

- Plan de Atención a la Diversidad: Esta programación recoge medidas de atención a la diversidad.
- Plan de Acción Tutorial (PAT): Se debe organizar el proceso de enseñanza-aprendizaje del grupo de ciclo para poder trabajar a lo largo del curso los siguientes temas: pre y post evaluaciones con el alumnado; entrevistas individuales de orientación; aclarar aspectos en los en los que hay dudas.
- Plan de Convivencia: Ayudan a establecer unas pautas de relación y trato entre compañeros colaborando con el plan de convivencia y prevención de conductas violentas.
- Plan Digital de Centro: Utilización de los medios informáticos como instrumento de consulta y búsqueda de información y resolución de supuestos prácticos, especialmente a través de la hoja de cálculo. Potenciar la presentación de trabajos con soporte digital, informando sobre páginas especialmente interesantes para la materia.
- Plan Lector: Favoreciendo que el desarrollo de la competencia lectora se convierta en elemento prioritario de la materia de forma que los alumnos se expresen de forma correcta. Se trata de la utilización y contextualización de términos/vocabulario propios y específicos de los contenidos que se estén desarrollando en ese momento, así como de los generales y propios de la dinamización y el merchandising. Lectura comprensiva en clase de apuntes desarrollados en el departamento sobre los contenidos que se estén impartiendo o cualquier otro documento (recortes prensa, noticias...).

16. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE

En el contexto de la mejora continua, todo proceso es susceptible de ser perfeccionado y esta programación no es una excepción. Como programación anual del módulo, se ve inmersa en una dinámica que permite su modificación año tras año examinando elementos que aporten información extra enfocada a actualizar, y en su caso mejorar todos sus apartados.

Para la evaluación de esta programación se utilizaran dos cauces. El primero consistirá en realizar un análisis comparativo de los resultados obtenidos por los alumnos que han seguido el enfoque presentado en este trabajo con respecto a los resultados del curso anterior.

El segundo cauce consistirá en realizar encuestas anónimas al alumnado para que en cierta medida evalúe la práctica docente. Esta encuesta se realizará un mes antes de la finalización del curso y en ella se insertarán preguntas para detectar en el alumnado aspectos relacionados con:

- El conocimiento que tienen de los resultados de aprendizaje, contenidos, criterios de evaluación y criterios de calificación de la asignatura.
- La utilidad de los recursos educativos empleados.
- La conveniencia de la metodología didáctica seguida.
- Su grado de satisfacción con la filosofía de atención a la diversidad.

- Otros aspectos que en su momento se consideren útiles.

17. NORMATIVA

- La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE).
- Ley 6/2008, de 26 de diciembre, de Educación de Cantabria.
- Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, que establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
- Decreto 4/2010, de 28 de enero, por el que se regula la ordenación general de la Formación Profesional en el sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Cantabria (BOC del 8 de febrero).
- Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- Orden ECD/88/2018, de 17 de julio, por la que se modifica la Orden EDU/66/2010, de 16 de agosto, de evaluación y acreditación académica, en las enseñanzas de Formación Profesional Inicial del Sistema Educativo en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- Orden EDU/70/2010, de 3 de septiembre, por la que se regula el procedimiento para garantizar el derecho de los alumnos a ser evaluados conforme a criterios objetivos.
- Decreto 78/2019, de 24 de mayo, de ordenación de la atención a la diversidad en los centros públicos y privados concertados que imparten enseñanzas no universitarias en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- Orden EDU/5/2006, de 22 de febrero, que regula los PAD (BOC del 8 de marzo).
- Orden EDU/21/2006, de 24 de marzo, que establece las funciones de los diferentes profesionales, en el ámbito a la diversidad (BOC de 7 de abril).
- Proyecto Curricular del Ciclo Formativo.
- Proyecto Educativo de Centro.
- Instrucciones de la Consejería de Educación de inicio de curso para centros educativos que imparten enseñanzas de Formación Profesional del sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

18. HOJA INFORMATIVA PARA LOS ALUMNOS

18.1 Objetivos generales

Según establece Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas, este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales ñ), q), r), s), t), u), v) y w) del ciclo formativo.

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.

18.2 Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

RA 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.
- b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.
- c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente 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 al cliente, 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.

RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, 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 al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.
- d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.
- e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.
- f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.
- g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al

cliente, aplicando las técnicas adecuadas.

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.

RA 3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, 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 al cliente/consumidor/usuario.

d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a 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 métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.

RA 4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.

Criterios de evaluación:

a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.

b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.

c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.

d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.

e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de

consumo.

RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, 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 del cliente.
- c) 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 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 del cliente.
- 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.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.
- 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 al cliente 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 del cliente y la eficacia del servicio prestado.

f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.

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 clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones.

18.3 Contenidos

Los contenidos del módulo están recogidos en la ECD/82/2014, de 25 de junio, para la Comunidad Autónoma de Cantabria, que establece como contenidos a impartir los siguientes bloques temáticos:

1. Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:
 - La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
 - Gestión de las relaciones con clientes.
 - La identidad corporativa y la imagen de marca.
 - Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.
 - Seguimiento de la venta. Servicios postventa. Información y asesoramiento. Atención y satisfacción del cliente. Atención de quejas y reclamaciones.
 - El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones. Funciones. Estructura y organización.
 - Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización. Relación con el departamento de marketing y relaciones públicas. Relación con el departamento de ventas. Relación con otros departamentos de la empresa.
 - Estructuras organizativas: organigramas.
 - Tipos de organigramas.
 - Los “contact centers”. Funciones que se desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas
2. Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:
 - La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
 - El proceso de comunicación. Elementos. Fases del proceso. Dificultades y barreras. Canales y soportes de comunicación.
 - Tipos de comunicación: interna y externa, formal e informal, verbal y no verbal.

- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
 - La empatía.
 - La asertividad.
 - La comunicación oral. Normas para hablar en público. La comunicación telefónica. Reglas para la comunicación telefónica. Utilización de las nuevas tecnologías en la comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
 - La comunicación escrita. Reglas para la comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
 - La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
 - El correo electrónico. La mensajería instantánea.
 - Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).
3. Organización de la información relativa a la relación con los clientes:
- Técnicas de organización y archivo de documentación. Finalidad y funciones del archivo. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
 - Tipos de archivos. Archivos centralizados y por departamentos. Archivos temporales y definitivos. Archivos manuales e informáticos.
 - Organización de documentos de atención al cliente.
 - Ficheros de clientes. Elaboración y actualización de ficheros de clientes.
 - Las bases de datos. Estructura. Funciones. Tipos.
 - Bases de datos documentales.
 - Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
 - Manejo de bases de datos de clientes:
 - i. Tratamiento de la información.
 - ii. Introducción y grabación de datos.
 - iii. Modificación y actualización de datos.
 - iv. Búsqueda y recuperación de archivos y registros.
 - v. Acceso a la información. Realización de consultas.
 - Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
 - Normativa legal en materia de protección de datos.
4. Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario:
- Concepto de consumidor y usuario.

- Consumidores y usuarios finales e industriales. La compraventa mercantil. Contratos de compraventa especiales.
 - Derechos del consumidor.
 - La defensa del consumidor. Normativa legal: Art. 51 de la Constitución. Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Ley de Crédito al Consumo. Ley de Condiciones Generales de la Contratación. Ley de Compraventas celebradas fuera del establecimiento Mercantil. Leyes autonómicas de protección del consumidor. Normativa comunitaria.
 - Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. Administración Central, Autonómica y Local. El Defensor del Pueblo. El Tribunal de Defensa de la Competencia.
 - Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. Asociaciones de consumidores y usuarios. Cooperativas de consumo.
 - Sistema arbitral de consumo.
5. Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:
- 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.
 - Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
 - Procedimiento de recogida de las reclamaciones. Elementos formales. Documentos necesarios pruebas. Cumplimentación documental.
 - Proceso de tramitación de las reclamaciones. Plazos. Presentación ante los organismos competentes.
 - Las reclamaciones ante la Administración. Sistemas autonómicos de consumo: potestad sancionadora. Denuncia ante los servicios autonómicos de consumo: admisión de la denuncia e incoación del procedimiento sancionador, alegaciones y prueba, en su caso. Resolución. Los actos administrativos. Elementos. Tipos de actos. Eficacia de los actos. El silencio administrativo.
 - Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones. Comunicación oral, escrita y telefónica.
 - Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad.
 - La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones. Objetivos. Aspectos que hay que negociar.
 - El plan de negociación. Fases: preparación, estrategia, desarrollo y acuerdo.
 - Técnicas de negociación en las reclamaciones.

6. Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario:
- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
 - Tratamiento de las anomalías. Medidas correctoras. Forma. Plazos.
 - Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente. Criterios y métodos de evaluación. Métodos para medir el nivel de satisfacción del cliente. Parámetros y técnicas de control. Aplicación de medidas correctoras.
 - Normativa aplicable en la atención al cliente. Ley de ordenación del Comercio Minorista. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico. Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal.
 - Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
 - Programas de fidelización de clientes: Información. Visitas de seguimiento. Resolución de problemas con rapidez y eficacia. Regalos, descuentos y promociones. Felicitaciones y agradecimientos. Servicios adicionales.

18.4 Distribución Temporal

El módulo profesional Servicios de Atención Comercial tiene asignada una carga horaria de 80 horas (Orden ECD/82/2014, de 25 de junio) repartidas en 4 periodos lectivos semanales.

La distribución de los contenidos quedaría de la siguiente manera:

PRIMERA EVALUACIÓN (44h)

Unidad de trabajo 0 INTRODUCCION AL MÓDULO Y PROGRAMA TACOGE 2h

Unidad de trabajo 1: ATENCIÓN COMERCIAL EN LA EMPREA 4 h

Unidad de trabajo 2: COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN COMERCIAL: 11 h

Unidad de trabajo 3: ATENCIÓN TELEFÓNICA: 9h

Unidad de trabajo 4: COMUNICACIONES ESCRITAS EN LA ATENCIÓN COMERCIAL: 15 h

Unidad de trabajo 5: ATENCIÓN COMERCIAL Y MEDIOS DIGITALES: 3 h

SEGUNDA EVALUACIÓN (36h)

Unidad de trabajo 6: LA ORGANIZACIÓN DOCUMENTAL EN LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES 9h

Unidad de trabajo 7: LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE 9h

Unidad de trabajo 8: TRAMITACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES: 9h

Unidad de trabajo 9: LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR Y USUARIO 9h

EVALUACIÓN	Unidad de trabajo	Resultados de aprendizaje implicados
1ª	UT1 Atención comercial en la empresa	RA1
	UT2 Comunicación y atención comercial	RA2
	UT3 La atención telefónica	RA1-RA2
	UT4 Las comunicaciones escritas en la atención comercial	RA2
	UT5 Atención comercial y medios digitales	RA2
2ª	UT6 El La organización documental en las relaciones con los clientes	RA3
	UT7 La calidad en el servicio de atención comercial	RA6
	UT8 Tramitación de quejas y reclamaciones	RA5-RA6
	UT9 La protección del consumidor y usuario	RA4

18.5 Procedimientos, instrumentos y criterios de evaluación

Para poder valorar correctamente la evaluación sumativa se utilizarán los siguientes instrumentos:

- **Pruebas escritas.** En cada evaluación se realizará, al menos, una prueba escrita que contendrá preguntas y actividades del mismo tipo que las desarrolladas en el aula, versarán sobre los contenidos impartidos en el período y la fecha de realización y estructura se pondrá en conocimiento de los alumnos con suficiente antelación. Podrán constar de:
 - Cuestiones para desarrollar.
 - Selección de la respuesta correcta.
 - Justificación de verdadero o falso.
 - Preguntas de reflexión y razonamiento
 - Definición de conceptos básicos.
 - Casos prácticos de resolución de problemas donde prime el razonamiento de los resultados por parte del alumno.
 - Análisis de un texto de actualidad.
 - Cuestiones para identificar, definir, relacionar, explicar, enumerar, diferenciar, etc, conceptos estudiados.
 - Cada prueba puede contener parte o todos los apartados anteriores. La estructura de cada prueba y la valoración numérica de los apartados que contenga será expuesta al alumnado antes de la realización de la misma.
- **Producciones del alumnado.** A lo largo de las unidades de trabajo el alumnado tendrá que desarrollar diferentes actividades individuales y/o grupales tales como trabajos de investigación, aplicación de contenidos, puesta en marcha y desarrollo de MercaTAC, etc. Dichas actividades

deberán ser presentadas en tiempo, forma y contenido para poder ser valoradas como parte de la calificación final del módulo.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los criterios de calificación de los instrumentos anteriores serán los siguientes:

- Pruebas escritas: 70% de la nota.
- Producciones del alumnado: 30% de la nota.

Para la correcta aplicación de los criterios anteriores conviene tener en cuenta que:

- El peso de MercaTAC en la primera y segunda evaluación será proporcional a los contenidos impartidos en cada evaluación, no suponiendo en ningún caso el total del 30% asignado a las producciones del alumnado.
- El retraso en la entrega de la tarea supondrá una calificación de 0 a menos que el alumno justifique debidamente dicho retraso.
- Las faltas de ortografía, tanto en pruebas escritas como en producciones, supondrán una minoración de la calificación de esa prueba escrita o producción. Se permitirán cinco faltas, restándose por las siguientes 0'1 puntos hasta un máximo de 1'5 puntos.

Nota final de la evaluación

La nota final de cada evaluación será el resultado de la media ponderada de las calificaciones obtenidas en los instrumentos de evaluación anteriormente indicados. Superará la evaluación el alumno que como resultado de la aplicación de estos criterios obtenga al menos un 5.

Si como resultado de la aplicación de los criterios anteriores la nota obtenida fuera inferior a 5, la evaluación quedará suspensa, debiendo realizar la recuperación de los contenidos de la evaluación suspensa.

PROCESO DE RECUPERACIÓN

El proceso de recuperación está destinado al alumnado que no haya obtenido una calificación positiva (igual o mayor a 5) en alguna evaluación. El alumnado podrá recuperar las evaluaciones suspensas en dos períodos: primera evaluación final y segunda evaluación final.

Primera evaluación final

Las actividades que deberá realizar el alumnado con evaluaciones suspensas serán las siguientes:

- Prueba escrita: 70%
- Producciones 30%. Se mantendrá la nota de las producciones de la evaluación a recuperar.

La calificación final del módulo será la nota media de las dos evaluaciones (notas reales), teniendo que estar todas aprobadas, y tendrá un valor entre 1 y 10. Si alguna evaluación estuviera suspensa, la primera evaluación final quedaría suspensa.

Segunda evaluación final

El alumnado que no hubiese superado la primera evaluación final deberá examinarse de los contenidos de aquellas evaluaciones que tuviera suspensas y realizar un programa de recuperación. El tiempo existente entre la primera y la segunda evaluación final se destinará a la realización de actividades de refuerzo que favorezcan la superación de la citada prueba.

La calificación de la evaluación recuperable se obtendrá de la siguiente manera:

- Prueba escrita: 70%
- Programa de recuperación: 30%.

La calificación final del módulo en la segunda evaluación final será la nota media de las dos evaluaciones (notas reales), teniendo que estar todas aprobadas y podrá ser:

- Entre 1 y 10, en caso de que el alumno/a se presente a la prueba escrita y/o entregue las actividades planteadas, no pudiendo ser dicha calificación inferior a la obtenida en la primera evaluación final.
- NE en caso de no presentarse a la prueba y no entregar las actividades planteadas.

18.6 Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación

En caso de sorprender a algún alumno realizando prácticas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de normas sobre prácticas fraudulentas aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular de la familia de Comercio y Marketing y que se ha dado a conocer al alumnado en las hojas informativas que se les entregan a principio de curso.

18.7. Aspectos curriculares mínimos para superar el módulo

Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:

- La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Gestión de las relaciones con clientes.
- La identidad corporativa y la imagen de marca.
- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.
- El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.
- Estructuras organizativas: organigramas.
- Tipos de organigramas.
- Los *contact centers*. Funciones que desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.

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.
- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
- La empatía.
- La asertividad.
- La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
- La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
- El correo electrónico. La mensajería instantánea.
- Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).

Organización de la información relativa a la relación con los clientes:

- Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
- Tipos de archivos.
- Organización de documentos de atención al cliente.
- 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.
- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes. Normativa legal en materia de protección de datos.

Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario

- Concepto de consumidor y usuario.
- Consumidores y usuarios finales e industriales.
- Derechos del consumidor.
- La defensa del consumidor. Normativa legal.
- Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.

- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.

Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:

- 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.
- Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones.
- Proceso de tramitación de las reclamaciones.
- Las reclamaciones ante la Administración.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad.
- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.
- El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo.
- Técnicas de negociación en las reclamaciones.

Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario

- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento de las anomalías.
- Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente.
- Normativa aplicable en la atención al cliente.
- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
- Programas de fidelización de clientes.