



**Hoja Informativa del módulo:
1234 Servicios de Atención Comercial**

2º Técnico Actividades Comerciales

Raúl Gayoso Pérez

Departamento de Comercio y Marketing

I.E.S. Las Llamas

Santander

2025-2026

ÍNDICE

1. Contenidos.....	3
2. Temporalización.....	5
3. Objetivos del módulo expresados en resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación.	5
4. Procedimientos e instrumentos de evaluación.	8
4.1. Evaluación por criterios.....	9
5. Criterios de Calificación.	13
5.1. Plan de Recuperación de Resultados de Aprendizaje	15
5.2 Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación	15
5.2.1 Prácticas Consideradas fraudulentas durante el proceso de evaluación académica	15
6. Mínimos exigibles.....	17
7. Materiales y recursos didácticos.	19

1. Contenidos.

Los contenidos del módulo están recogidos en la **Orden EDU/48/2025** de 28 de agosto, 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 y clientas.
- 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 y clientas. 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.
- 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).

3. Organización de la información relativa a la relación con los clientes y clientas:

- 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 cliente.
 - Las bases de datos.
 - Bases de datos documentales.
 - Herramientas de gestión de las relaciones con clientes y clientas (CRM).
 - Manejo de bases de datos de cliente.
 - 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.
 - 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.
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.
 - 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.

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.
- Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente.
- Normativa aplicable en la atención al cliente.
- Estrategias y técnicas de fidelización de cliente.
- Programas de fidelización de cliente.

2. Temporalización.

El módulo tiene asignada una carga horaria de 90 horas, (Orden EDU/48/2025)

Según el calendario escolar aprobado por la Consejería de Educación del Gobierno de Cantabria las clases se impartirán desde el 11 de septiembre hasta primeros de marzo, repartidas en 3 periodos lectivos semanales. La distribución temporal aproximadamente es:

Presentación del módulo y Evaluación inicial (2h)

UD 1. Atención comercial de la empresa. (FEM)

UD 2. Comunicación y atención comercial. (FEM)

UD 3. Atención telefónica. (FEM)

UD 4. Las comunicaciones escritas en la atención comercial. (FEM)

UD 5. atención comercial y medios digitales. (FEM)

UD 6. La organización documental en las relaciones con clientes. (FEM)

UD 7. La calidad en el servicio de atención comercial. (7h)

UD 8. Tramitación de quejas y reclamaciones. (7h)

UD 9. La protección del consumidor y usuario. (7h)

3. Objetivos del módulo expresados en resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación.

La Orden EDU/48/2025, de 28 de agosto, establece que los objetivos expresados en resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación para el módulo de Servicios de Atención Comercial, sean los siguientes:

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.
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 y clientas, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.
 - f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes y clientas, 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, con profesionalidad y calidad.
 - h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de cliente, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada, con profesionalidad y eficacia.
3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes y clientas, 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 y clientas.
 - e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes y clientas (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 y clientas.
 - g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.
4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa 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.
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, de manera rigurosa y profesional.
- 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, con rigurosidad y calidad.
 - h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.
6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención 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 cliente, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes y clientas (CRM).

4. Procedimientos e instrumentos de evaluación.

La evaluación recoge información sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado, El carácter continuo y formativo de la evaluación estará incluido en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con el fin de detectar las dificultades en el momento en que se produzcan, averiguar sus causas y adoptar las medidas que se considere necesarias.

Respecto a cuándo evaluar deberemos empezar por la **evaluación inicial** que cumple una función de diagnóstico al proporcionarnos información acerca de la situación del alumno al comienzo del período de enseñanza. **La evaluación formativa** tiene por objeto recoger información a lo largo del proceso de enseñanza para valorar los progresos y dificultades de los alumnos ajustando la ayuda pedagógica a sus necesidades. Finalmente, la **función sumativa** de la evaluación tiene por objeto, ver en qué grado se han alcanzado los aprendizajes al final del período

Durante los periodos de evaluación continuada se hará uso de los siguientes instrumentos de evaluación, teniendo en cuenta que no existe un instrumento o procedimiento ideal para evaluar, por ello es necesario utilizar técnicas variadas de evaluación.

- a) **Pruebas específicas de evaluación** (pruebas orales y/o escritas individuales): cada trimestre se realizará al menos una prueba individual con los contenidos de una o más unidades de trabajo.

Estas pruebas pueden incluir:

- Desarrollo de un tema o apartado.
- Preguntas de respuesta breves, preguntas abiertas (comentarios de textos, con material de consulta, resolución de casos, esquema de un programa).
- Aplicación práctica de los contenidos. Supuestos prácticos de las técnicas o procedimientos realizados en el aula durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se valorarán en función de la aplicación de los conocimientos teóricos a la práctica, la destreza, habilidad, técnica, rapidez y seguridad.
- Pruebas escritas con preguntas tipo test y/o Verdadero o Falso.

Se valorará:

- Comprensión de los conceptos y la expresión de los mismos por escrito.
- Ejemplificaciones apropiadas y uso y conocimiento de terminología específica.

- b) **Actividades individuales o en grupo**, relación de ejercicios propuestos, exposiciones.

4.1. Evaluación por criterios

Se realizará un seguimiento individual del aprendizaje del alumno a lo largo de todo el curso, a través de controles teórico-prácticos, ejercicios, prácticas evaluables. Para las calificaciones trimestrales, se tomará como referencia el grado de adquisición de cada Resultado de Aprendizaje programado y finalizado en el trimestre. La evaluación se realizará a través de los Criterios de Evaluación establecidos para cada resultado de aprendizaje. La consecución de cada Resultado de Aprendizaje se calificará de la siguiente manera:

%	CE	Actividades de evaluación	RA1 (15%)
15	a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.	FEM	15%
15	b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.		
15	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.		
15	d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.		
15	e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.		
25	f) Se han identificado las funciones de los <i>contact centers</i> y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.		

%	CE	Actividades de evaluación	RA2 (35%)
10	a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.	FEM	35%
10	b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.		
10	c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.		
10	d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.		
10	e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.		
10	f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.		
25	g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.		
15	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.		

%	CE	Actividades de evaluación	RA3 (15%)
10	a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.	FEM	15%
15	b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.		
15	c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.		
15	d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.		
15	e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.		
15	f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.		
15	g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.		

%	CE	Actividades de evaluación	RA4 (5%)
20	a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.	Pruebas específica, actividad individual o en grupo	(5%)
20	b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.		
20	c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.		
20	d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.		
20	e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.		

%	CE	Actividades de evaluación	RA5 (15%)
12,5	a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.	Pruebas específica, actividad individual o en grupo	(15%)
12,5	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.		
12,5	c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.		
12,5	d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.		
12,5	e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.		
12,5	f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.		
12,5	g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.		
12,5	h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.		

%	CE	Actividades de evaluación	RA6 (15%)
12,5	a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.		
12,5	b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.		
12,5	c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.		
12,5	d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.		

12,5	e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.	Pruebas específica, actividad individual o en grupo	(15%)
12,5	f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.		
12,5	g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.		
12,5	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. Criterios de Calificación.

Se aplicarán diversas técnicas e instrumentos con el fin de conocer y valorar de manera eficaz cómo el alumnado adquiere las competencias profesionales, evidenciadas en los criterios de evaluación del módulo. En este sentido deberemos tener en cuenta:

- Será en los criterios de evaluación, donde recaiga, de un modo directo o indirecto, la calificación emitida por el profesor.
- El alumnado necesitará de unos contextos de aplicación de lo aprendido, donde demostrar y evidenciar lo que ha aprendido, definidos por las actividades, pruebas... desarrollados y generados por el alumnado.

El alumnado será evaluado aplicado lo aprendido en contextos como:

- a) **Prueba específica de evaluación.** Se realizará una prueba individual escrita por evaluación. Las pruebas tendrán una duración de 2 horas.
- b) **Las actividades que se vayan desarrollando a lo largo de cada unidad,** serán realizadas en el aula, dichos trabajos podrán ser en grupo o individuales. (En caso de realizar varias actividades respecto a un mismo criterio de evaluación, la calificación será la media aritmética ponderada).

Estos contextos quedan estrechamente vinculados a los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, así como los procedimientos de evaluación, siendo los referentes para establecer los criterios de calificación. Cada uno de ellos se selecciona en función del tipo de actividades y tareas necesarias para evidenciar las habilidades y destrezas expresadas en los criterios de evaluación de cada unidad de trabajo.

Se entenderá que el módulo ha sido superado por el alumno cuando obtenga una calificación igual o superior a 5 de la media ponderada de todos los Resultados de Aprendizaje y cuando en cada Resultado de Aprendizaje Clave haya obtenido una calificación igual o superior a 5.

Para la determinación de la calificación alcanzada por el alumno en cada evaluación parcial, se concretarán los porcentajes de cada instrumento de evaluación.

Estos instrumentos de evaluación tendrán una puntuación entre 1 y 10 puntos. La suma total de ponderaciones de los criterios de evaluación será 100%. Siendo la nota alcanzada por el alumnado, la suma de las puntuaciones de cada instrumento por su ponderación. Se considera superado el Resultado de Aprendizaje si el total de la calificación es igual o superior a 5.

Al finalizar cada trimestre y de cara a la evaluación parcial, la calificación será la media ponderada de los resultados de aprendizaje finalizados hasta la fecha. Se considerará aprobada la evaluación parcial si la puntuación es igual o superior a 5, siempre y cuando se hayan superado todos los Resultados de Aprendizaje Clave del trimestre.

Las calificaciones de acuerdo con la Orden de evaluación han de expresarse de forma numérica utilizando la escala de 1 a 10. Los redondeos a números enteros, de cada Resultado de Aprendizaje, se harán de la siguiente manera:

De 5 a 5,64 será un 5, y de 5,65 en adelante un 6

De 6 a 6,64 será un 6, y de 6,65 en adelante un 7

De 7 a 7,64 será un 7, y de 7,65 en adelante un 8

De 8 a 8,64 será un 8, y de 8,65 en adelante un 9

De 9 a 9,64 será un 9, y de 9,65 en adelante un 10

Para superar el módulo, el alumno ha de alcanzar una calificación mayor o igual a cinco en la media ponderada de todos los Resultados de Aprendizaje y siempre que alcancen satisfactoriamente todos los Resultados de Aprendizaje Clave.

Cuando un alumno falte a una prueba escrita no final, deberá presentar justificación válida de dicha ausencia y realizará la prueba el día que acuerde con el profesor.

Para acceder a las FEM en marzo, el alumno deberá tener aprobados todos los Resultados de aprendizaje cursados hasta el momento y recogidos como obligatorios (clave) en la programación didáctica de cada módulo profesional. Además, el alumno podrá acceder siempre y cuando tenga el módulo aprobado, a fecha previa de la valoración de acceso a la FEM, con los resultados de aprendizaje evaluados hasta el momento, y siempre y cuando, tenga los módulos no dualizados aprobados a fecha previa de esta sesión de valoración".

5.1. Plan de Recuperación de Resultados de Aprendizaje

Si después de las sesiones periódicas de evaluación, el alumno tiene algún Resultado de Aprendizaje no superado, solo recuperará los Resultados de Aprendizaje no superados. Para ello, se establecerá un plan de recuperación de cada Resultado de Aprendizaje pendiente en tiempo y forma.

Para superar el Resultado de Aprendizaje el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5, siendo la nota del Resultado de Aprendizaje la media ponderada de los Criterios de Evaluación que conforman el citado Resultado de Aprendizaje.

La nota final será la media ponderada de todos los Resultados de Aprendizaje.

Se entenderá que el módulo ha sido superado por el alumno cuando obtenga una calificación igual o superior a 5 de la media ponderada de todos los Resultados de Aprendizaje y cuando en cada Resultado de Aprendizaje Clave haya obtenido una calificación igual o superior a 5.

a 5.

5.2 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.

5.2.1 Prácticas Consideradas fraudulentas durante el proceso de evaluación académica

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES "Las Llamas" las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.

5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.
6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.
7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.
8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.
9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.
10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.
13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.
14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

CONSECUENCIAS DE LA COMISIÓN DE PRÁCTICAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de

junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del Centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.

6. Mínimos exigibles.

Los contenidos mínimos de conocimientos que el alumno deberá poseer para la superación del módulo son los siguientes:

Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:

- La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Gestión de las relaciones con clientes y clientas.
- 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 y clientas. 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 y clientas:

- 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 cliente.
- Las bases de datos.
- Bases de datos documentales.
- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes y clientas (CRM).
- Manejo de bases de datos de cliente.
- 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 cliente.
- Programas de fidelización de cliente.

7. Materiales y recursos didácticos.

Todos los recursos y materiales necesarios para el desarrollo de cada unidad, tales como apuntes, documentación o recursos digitales, se pondrán a disposición del alumno o se indicará cómo obtenerlos.

Bibliografía recomendada: Carrasco Fernández, S. (Año 2017). *Servicios de Atención Comercial*. Editorial Paraninfo.