

**Programación Didáctica del módulo: 1110
Atención al Cliente, Consumidor y Usuario**

2ºCurso CFGS Marketing y Publicidad

HOJA INFORMATIVA



Curso 2025- 2026

María Auxiliadora López Vecino

Juan Gil Pereda (Programa Bilingüe)

Dpto. Comercio y Marketing

IES Las Llamas Santander

1. CRITERIO DE CALIFICACIÓN DEL MÓDULO.....	3
2. TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS	4
3. MATERIALES Y RECURSOS DIDACTICOS.	5
4. PRÁCTICAS CONSIDERADAS FRAUDULENTAS	6
5. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO	8

1.CRITERIO DE CALIFICACIÓN DEL MÓDULO

	%	%NOTA FINAL
RA1		
UD1 ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE AT. CLTE. CLAVE	15%	
RA2: a evaluar en las FEM		
UD 2 UTILIZACIÓN DE TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE ATENCIÓN AL CLIENTE	5%	
RA3: a evaluar en las FEM		
UD3 ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN	5%	
RA4		
UD4 IDENTIFICACION DE LOS DISTINTOS ORGANISMOS E INSTITUCIONES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO CLAVE	20%	
*** 1ºEVALUACIÓN ***		45%
RA5		
UD5 GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES CLAVE	20%	
RA6		
UD6 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS DE MEDIACIÓN Y DE ARBITRAJE CLAVE	20%	
RA7		
UD7 ELABORACIÓN DE UN PLAN DE CALIDAD Y DE MEJORA DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO	15%	
*** 2ºEVALUACIÓN ***		55%

2. TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

Todo este conjunto de contenidos nos sirve de referente de obligado cumplimiento que junto con los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación van a definir nuestras unidades didácticas. Los contenidos del módulo se repartirán a lo largo de las dos primeras evaluaciones del curso.

Se realizarán dos sesiones de evaluación, que se llevarán a cabo en los días anteriores a los períodos de vacaciones de navidad y a principios de marzo. La distribución de los contenidos a lo largo de los trimestres en que se deben impartir se ha realizado teniendo en cuenta una serie de premisas:

- Introducir al alumno en el aprendizaje de nuevos conceptos relacionados con la atención al cliente, consumidor y usuario.
- Alternar los conceptos teóricos con un aprendizaje eminentemente práctico, que ha de contemplar para su realización contenidos y conceptos de distintos bloques temáticos.

La duración total del módulo es de 98 horas, contando con que parte de los contenidos se evalúan en las FEM. El número de horas a la semana es de tres.

1ª EVALUACIÓN (30 h)

- Presentación del módulo y evaluación inicial (2 horas)
- RA1 Organización del departamento de atención al cliente (14 horas)
- RA4 Identificación de los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario (14 horas)

2ª EVALUACIÓN (30)

- RA5 Gestión de quejas y reclamaciones (15 horas)
- RA6 Descripción de los procesos de mediación y de arbitraje (15 horas)

EN LAS FEM LA EMPRESA EVALUARÁ LOS SIGUIENTES RA:

RA2 Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente

RA3 Organización de un sistema de información

RA7 Elaboración de un plan de calidad y de mejora del servicio de atención al cliente, consumidor o usuario

3. MATERIALES Y RECURSOS DIDACTICOS.

Como recursos metodológicos con los que poder aplicar los principios anteriormente señalados

podemos distinguir entre los personales, materiales y ambientales:

- Explicaciones del profesor de cada uno de los temas
- Apuntes que el profesor dé en clase a lo largo del curso.
- Fotocopias de interés y de procedencia muy variada, artículos, ejercicios, cuadros explicativos, esquemas...
- Cualquier otro material susceptible de ser usado por los alumnos.

Libros de consulta (su compra no es obligatoria):

- Sergio López Salas. Atención al Cliente, Consumidor y Usuario. Editorial Paraninfo (2020)
- Soledad Carrasco Fernández. Servicios de Atención Comercial, Editorial Paraninfo (2017)
- María Eugenia Escudero, Servicios de Atención Comercial. Editorial Editex (2015)

Textos legales:

- 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)

Impresos:

- Documentos propios de utilización en cada área, notas de aviso, cartas de presentación, hojas de reclamaciones...
- Periódicos y revistas especializadas:
- Revista de la OCU, AUSBANC...

Audiovisuales/ Informáticos:

- Ordenador para el profesor con cañón, proyector y conexión a Internet.
- Equipo informático para la consulta de páginas Web, como pueden ser:

www.ocu.org

www.ucecantabria.org

www.ceaccu.org

www.consumo-ccu.consumo.gob.es/

www.aytosantander.es

www.oficinadelconsumidor.org

Ambientales/ Físicos

Estructurales o propios del ámbito escolar: aulas de informática y biblioteca.

4. PRÁCTICAS CONSIDERADAS FRAUDULENTAS

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.

5. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO

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

1ª Evaluación:

- La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Marketing relacional y de relación con los clientes.
- Gestión de las relaciones con clientes.
- Factores que influyen en la atención al cliente de una empresa u organización.
- La identidad corporativa y la imagen de marca. Posicionamiento y diferenciación.
- Servicios de atención al cliente, consumidor o usuario.
- El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Funciones del departamento.
- Dependencia funcional. Relaciones con otros departamentos.
- Estructuras organizativas: organigramas. Tipos.
- Competencias generales y específicas del personal del departamento de atención al cliente,

consumidor o usuario.

- Los contact centers. Funciones que desempeñan en el sistema de relación con los clientes.

Servicios que prestan.

- La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
- El proceso de comunicación.
- Tipos de comunicación.
- La comunicación en situaciones de información al cliente, consumidor o usuario. Actitudes y técnicas de comunicación.³⁵
- La empatía.
- La asertividad.
- La comunicación oral.
- La comunicación no verbal.
- La comunicación telefónica.
- Utilización de las nuevas tecnologías en la comunicación telefónica.
- La comunicación escrita. Tipos de cartas y documentos escritos. Las comunicaciones formales
- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
- El correo electrónico. Mensajería instantánea.
- Comunicación en tiempo real: chat, videoconferencia.
- Comunicación diferida (foros).
- Técnicas de organización y archivo de documentación.
- Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
- Tipología de archivos. Archivos manuales e informáticos.
- Tratamiento y organización de documentos de atención al cliente, consumidor o usuario.
- Ficheros de clientes.
- Las bases de datos.
- Bases de datos documentales.
- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
- Manejo de bases de datos de clientes. Tratamiento de la información.

- Acceso a la información. Realización de consultas.
- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
- Protección de datos. Normativa legal.
- Concepto de consumidor y usuario.
- Caracterización de diferentes tipos de consumidores y usuarios.
- Derechos del consumidor.
- La defensa del consumidor. Normativa legal.
- Instituciones públicas de protección del consumidor. Tipología, organigrama funcional y competencias.
- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología, organigrama funcional y competencias.

2ª Evaluación

- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
- Proceso de gestión de reclamaciones y denuncias. Fases del proceso.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
- Proceso de tramitación y gestión de la reclamación.
- Las reclamaciones ante la Administración. Actuación administrativa. Los actos administrativos. El silencio administrativo.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones
- Tratamiento al cliente, consumidor o usuario ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa y empática. La asertividad.
- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones o denuncias.
- El plan de negociación. Fases. Preparación. Estrategia. Desarrollo. Técnicas y tácticas de negociación en las reclamaciones. Acuerdo.
- Conceptos de mediación y arbitraje. Características diferenciadoras.
- Situaciones de conflicto en materia de consumo en las que se puede utilizar una mediación.
- El proceso de mediación.
- Situaciones de conflicto en materia de consumo en las que se puede plantear un arbitraje.

- El proceso de arbitraje en materia de consumo.
- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.

- Tratamiento de las incidencias o anomalías.

- Procedimientos de control del servicio de atención al cliente.

- Evaluación del servicio de atención al cliente.

- Métodos para evaluar la eficacia del servicio y el nivel de satisfacción del cliente.

- Normativa aplicable en materia de atención al cliente. Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

Ley de servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico. Ley de Protección de Datos de Carácter Personal.

- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.

- Programas de fidelización.