



GUÍA DOCENTE DEL MÓDULO

Comunicación empresarial y atención al cliente

Fecha de la última actualización: 08/11/2022

CICLO FORMATIVO	Gestión Administrativa	GRADO	Medio
----------------------------	------------------------	--------------	-------

CURSO	1º	HORAS SEMANALES	5	TIPO	
--------------	----	----------------------------	---	-------------	--

PROFESORADO QUE LA IMPARTE

Nombre y Apellidos	Correo Electrónico
Olga Rubio Sánchez	orubio@iespm.es

COMPETENCIAS PROFESIONALES

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución
- m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
- p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
- q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
- r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización

OBJETIVOS

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
- b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
- e) Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.

f) Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.

ñ) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.

CONTENIDOS BÁSICOS

- Selección de técnicas de comunicación empresarial.
- Transmisión de comunicación oral en la empresa.
- Transmisión de comunicación escrita en la empresa.
- Archivo de la información en soporte papel e informático.
- Reconocimiento de necesidades de clientes.
- Atención de consultas, quejas y reclamaciones.
- Potenciación de la imagen de la empresa.
- Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- Libro de texto recomendado: Comunicación empresarial y atención al cliente. Ed. Macmillan Iberia
- Material elaborado por la profesora.

ENLACES RECOMENDADOS

-

ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

- Recepción de visitas y atención telefónica.
- Recepción, tramitación y gestión de documentación.
- Atención al cliente/usuario.
- Elaboración, registro y archivo de documentación.
- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a la situación de atención/asesoramiento al cliente.
- La realización de las gestiones pertinentes con los departamentos afectados para consultas, reclamaciones y atención postventa.
- La tramitación de las reclamaciones y denuncias.
- La aplicación de los estándares de la calidad en la prestación del servicio.
- La aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican:

- En todos los ámbitos de la empresa, tanto interno como externo y en todo tipo de empresas, independientemente del sector al que pertenezcan.
- Especialmente, en el apoyo administrativo a las tareas que desarrollan los departamentos de Atención al cliente y Marketing en las empresas de los diferentes sectores económicos.



PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Procedimientos

- Observación directa del trabajo diario.
- Análisis y valoración de tareas.
- Valoración cuantitativa del avance individual.
- Valoración cualitativa del avance individual.

Instrumentos

- a) Pruebas escritas y/u orales sobre contenidos del módulo
- b) Realización de ejercicios “obligatorios”.
- c) Notas de clase, en las mismas se tendrá en cuenta:
 - La expresión oral a través de sus intervenciones en el aula, en las puestas en común del trabajo de los equipos, coloquios, debates, etc.
 - La expresión escrita en trabajos, controles, así como la presentación de los mismos
 - Los trabajos realizados tanto individualmente como en equipo.
 - Los proyectos de investigación, individuales o en grupo, teniendo en cuenta si se utiliza información de primera mano, y si aborda aspectos relacionados con el entorno del alumnado.

Porcentaje sobre la calificación final de cada evaluación

- Producciones orales y/o escritas: 65%
- Trabajos en clase y en casa: 35 %.

EVALUACIÓN FINAL DE FP

Instrumento

- Prueba escrita.
- Actividades propuestas.

Porcentaje sobre la calificación final

- Prueba escrita: 65
- Actividades propuestas: 35 %.

INFORMACIÓN ADICIONAL