

Enseñanzas mínimas: Real Decreto 1631/2009, (BOE 01/12/2009).  
Currículo: Orden de 26 de julio de 2010 (BOA 23/08/2010).

## **MODULO: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.**

#### **1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.
- b) Se ha distinguido entre comunicación e información.
- c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.
- e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
- f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
- g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.
- h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
- i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.

#### **2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.
- b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
- f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.



Enseñanzas mínimas: Real Decreto 1631/2009, (BOE 01/12/2009).  
Currículo: Orden de 26 de julio de 2010 (BOA 23/08/2010).

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.
- c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.
- d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones
- e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
- g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
- h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
- i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.
- j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

## **5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.
- b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
- c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.
- d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.

Enseñanzas mínimas: Real Decreto 1631/2009, (BOE 01/12/2009).  
Currículo: Orden de 26 de julio de 2010 (BOA 23/08/2010).

- e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.
- f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.
- h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.

#### **6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
- b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.
- d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.
- f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.
- i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
- j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.

#### **7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de marketing.
- b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.
- c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.

Enseñanzas mínimas: Real Decreto 1631/2009, (BOE 01/12/2009).  
Currículo: Orden de 26 de julio de 2010 (BOA 23/08/2010).

- d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.
- e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.
- f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.
- g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.

### **8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.
- b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.
- f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.
- g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.
- h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.
- i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio postventa.
- j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

Enseñanzas mínimas: Real Decreto 1631/2009, (BOE 01/12/2009).  
Currículo: Orden de 26 de julio de 2010 (BOA 23/08/2010).

#### **TIPO DE PRUEBA Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:**

La prueba constará de los siguientes tipos de preguntas:

- Preguntas de test con penalización.
- Preguntas teórico prácticas relativas al contenido del módulo.

En el enunciado del examen se especificará de una forma clara la puntuación asignada a cada pregunta.

La valoración máxima que se puede obtener en la prueba es de un 10.

El examen se considera superado cuando en dicha prueba se haya obtenido al menos una calificación de 5 puntos.

El contenido sobre el que se evaluará en la prueba antes descrita es el que consta en la [Orden del 26 de julio de 2010, de la Consejería de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico en Gestión Administrativa para la Comunidad Autónoma de Aragón.](#)

#### **MATERIAL EN EL EXAMEN:**

- Bolígrafo, preferentemente azul.

#### **TIEMPO DISPONIBLE PARA LA REALIZACIÓN DEL EXAMEN:**

2 horas

#### **NORMAS APLICABLES:**

- No se permitirá la entrada en el aula una vez iniciado el ejercicio.
- No se permite la entrada de bebidas ni comida en el aula, salvo agua.
- No está permitido el uso de móviles ni de cualquier aparato electrónico. Los móviles deberán estar apagados.
- No se corregirán los exámenes realizados a lápiz ni en los que se haya usado corrector.
- Se tendrán a disposición de los participantes a las pruebas, modelos de justificantes de asistencia a las mismas para aquellos que las necesiten en los diferentes módulos.
- El alumno/a tendrá que tener disponible documento que acredite su identidad. Dicho documento tendrá que ser presentado en el momento de la llamada y se deberá mantener sobre la mesa durante la realización de las pruebas.