

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Regulación:

- Real Decreto 1126/2010, de 10 de septiembre, por el que se modifica el Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- DECRETO 14/2010, de 18 de marzo, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa.

Objetivos generales:

1. Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
2. Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
3. Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en la tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
4. 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.
5. 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.
6. 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:

- ⇒ - Análisis de la organización empresarial:
 - La organización empresarial. Organigramas.
 - Principios y tipos de organización empresarial.
 - Departamentos y áreas funcionales tipo.
 - Funciones del personal en la organización.
 - Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- ⇒ Selección de técnicas de comunicación empresarial:
 - Descripción de los flujos de comunicación.
 - Comunicación e información y comportamiento.
 - Elementos y barreras en la comunicación.

- La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa.
- ⇒ Transmisión de comunicación oral en la empresa:
 - La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
 - Principios básicos en las comunicaciones orales.
 - Normas de información y atención oral.
 - Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
 - Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión y despedida.
 - La Comunicación no verbal.
- ⇒ Elaboración y transmisión de comunicación escrita en la empresa:
 - La comunicación escrita en la empresa.
 - Normas de comunicación y expresión escrita.
 - Características principales de la correspondencia comercial.
 - Las cartas comerciales. Estructura, estilos y clases.
 - Formatos tipo de documentos de uso en la empresa, en las instituciones y Administraciones Públicas.
 - La recepción, envío y registro de correspondencia.
 - Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
 - La redacción de la información:
 - Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en las comunicaciones escritas socioprofesionales.
 - Abreviaturas comerciales y oficiales.
- ⇒ La comunicación y las Tecnologías de la Información (TIC):
 - La comunicación telefónica.
 - El teléfono y su uso. La centralita. Uso de la agenda- listín telefónico.
 - Normas para hablar correctamente por teléfono.
 - La informática en las comunicaciones verbales.
 - La videoconferencia
 - La comunicación en las redes (intranet e internet).
 - Páginas Web.
 - Blogs corporativos.
 - Skype.
 - RSS.
 - Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
 - El correo electrónico.
 - Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
 - Normativa en las comunicaciones.
 - Protección de datos.

- Copias de seguridad.
- ⇒ Archivo de la información:
 - Clasificación de la información.
 - Clasificación y ordenación de documentos.
 - Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.
 - Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia.
 - Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo.
 - Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.
- ⇒ Archivo de la información en soporte papel:
 - Centralización o descentralización del archivo.
 - El proceso de archivo.
 - Confección y presentación de informes procedentes del archivo.
 - La purga o destrucción de la información y documentación.
- ⇒ Archivo de la información en soporte informático:
 - Gestión de discos, archivos y carpetas.
 - Las bases de datos para el tratamiento de la información.
 - Estructura y funciones de una base de datos.
 - Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.
- ⇒ Atención al cliente. Reconocimiento de necesidades:
 - Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo.
- Tipología de clientes y atención diferencial.
 - El conocimiento del cliente y sus motivaciones.
 - Elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados.
- Control de entrada y salida de visitas y sus registros.
 - Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.
 - La percepción del cliente respecto a la atención recibida.
 - La satisfacción del cliente.
 - Los procesos en contacto con el cliente externo.
- ⇒ Atención de consultas, quejas y reclamaciones:
 - El departamento de atención al cliente. Funciones.
 - Elementos de una queja o reclamación.
- La recepción, formulación y gestión de incidencias básicas.
 - Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.
 - Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación.
- ⇒ Atención al consumidor:
 - El consumidor
 - Instituciones de consumo

- Normativa en materia de consumo
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
- Tramitación y gestión.
- ⇒ Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:
 - La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.
 - Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
 - Procedimientos de control del servicio.
 - Evaluación y control del servicio.
 - ⇒ Control del servicio postventa.
 - La fidelización del cliente.
 - Estrategias de fidelización.
 - Programas de fidelización en el pequeño comercio.
 - ⇒ Potenciación de la imagen de la empresa:
 - Identificación de la organización
 - El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.
 - Naturaleza y alcance del marketing.
 - Políticas de comunicación.
 - Imagen corporativa
 - La publicidad: Concepto, principios y objetivos.
 - Promoción de ventas.
 - Las relaciones públicas.
 - La Responsabilidad Social Corporativa.

Unidades de trabajo:

1. La comunicación
2. La comunicación en la empresa
3. La comunicación oral
4. La comunicación no verbal
5. La comunicación escrita en la empresa
6. La documentación generada en la empresa
7. Archivo de la información
8. El marketing como sistema de comunicación con los clientes
9. La protección del consumidor. Comunicación asertiva
10. Proyecto final

Criterios de calificación:

La nota final del módulo se obtendrá a partir de las calificaciones obtenidas en las evaluaciones. Será la media aritmética de las tres evaluaciones.

Para la calificación correspondiente a las evaluaciones, la calificación del

módulo se obtendrá de acuerdo al siguiente criterio de ponderación:

- 80%: Calificaciones obtenidas en las diferentes pruebas teórico-prácticas
- 10% Actividades y trabajos solicitados por el profesor en el trimestre
- 10% Asistencia, participación, actitud y disposición para el trabajo en equipo. Actitud del alumno ante la asignatura, ante el profesor y ante los compañeros.

Recuperación de evaluaciones pendientes:

Se realizará una prueba de recuperación de cada una de las pruebas teórico-prácticas realizadas en cada evaluación, a excepción de la segunda prueba de la tercera evaluación (proyecto).

Para recuperar el proyecto final realizado en la tercera evaluación, el alumno deberá presentar el proyecto en la convocatoria ordinaria, siendo su calificación máxima en este momento de 5 puntos.

Por tanto, el alumno deberá realizar en la prueba final de la convocatoria ordinaria la recuperación de las pruebas del módulo no superadas en las pruebas parciales realizadas a lo largo de las tres evaluaciones

El alumno que no supere el módulo en la convocatoria ordinaria, deberá recuperar la totalidad de los contenidos del módulo en la convocatoria extraordinaria.

Se consideraran superadas las pruebas con calificaciones igual o superior a 5.

La calificación obtenida en la prueba correspondiente a la convocatoria extraordinaria corresponderá con la calificación del módulo.

Recuperación módulo pendiente:

- El profesor orientará a los alumnos acerca del temario, ejercicios y supuestos que podrán ayudarle a preparar la materia.