

DESARROLLO DE LA PROGRAMACIÓN

ATENCIÓN AL CLIENTE- AC

DURACIÓN: 64 HORAS

La formación del módulo se relaciona con el siguiente objetivo general del ciclo formativo i) y la competencia profesional i) del título. Además, se relaciona con los objetivos s), t), u), v), w), x) e y); y las competencias q), r), s), t), u), v) y w) que se incluirán en este módulo profesional de forma coordinada con el resto de módulos profesionales.

Objetivos generales del ciclo	Competencias profesionales personales y sociales
i) Reconocer las normas de cortesía y las situaciones profesionales en las que son aplicables para atender al cliente.	i) Atender al cliente, utilizando las normas de cortesía y demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

En la Formación Profesional, los objetivos se enuncian en términos de **resultados de aprendizaje** que nos marcarán lo que el alumnado sabe y puede hacer al finalizar el módulo. Van asociados a las competencias que se alcanzan en el campo profesional y nos medirán tanto los **conocimientos, como las habilidades y destrezas y las actitudes**, entendiendo que, en la F. P, además de conocimientos, se deben alcanzar las competencias del perfil profesional del ciclo formativo, en su entorno profesional. La normativa establece para cada resultado de aprendizaje unos criterios mediante los cuales evaluar el grado de consecución de tales resultados. La siguiente tabla muestra la relación: resultado de aprendizaje- criterios de evaluación-unidades de trabajo, para este módulo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	UNIDADES DE TRABAJO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN	
RA1. Atiende a posibles clientes, reconociendo las diferentes técnicas de comunicación	UT1	a) Se ha analizado el comportamiento del posible cliente	11,0%	100%
		b) Se han adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte	11,0%	
		c) Se ha obtenido información necesaria del posible cliente	11,0%	
		d) Se ha favorecido la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la misma	11,0%	
		e) Se ha mantenido una conversación utilizando las fórmulas, léxico comercial y nexos de comunicación (pedir aclaraciones, solicitar información, pedir que alguien repita etc)	11,0%	
		f) Se ha dado respuesta a una pregunta de fácil solución utilizando el léxico comercial adecuado	11,0%	
		g) Se ha expresado un tema prefijado de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores	11,0%	
		h) Se ha mantenido una actitud conciliadora y sensible a los demás, demostrando cordialidad y amabilidad en el trato	12,0%	
		i) Se ha transmitido información con claridad de manera ordenada, estructurada y precisa	11,0%	
RA2. Comunica al posible cliente las diferentes posibilidades del servicio, justificándolas desde el punto de vista técnico	UT 2	a) Se han analizado las diferentes tipologías de público.	15%	100%
		b) Se han diferenciado clientes de proveedores, y éstos del público en general.	10%	
		c) Se ha reconocido la terminología básica de comunicación comercial.	10%	
		d) Se ha diferenciado entre información y publicidad.	10%	
		e) Se han adecuado las respuestas en función de las preguntas del público.	15%	
		f) Se ha informado al cliente de las características del servicio, especialmente de las calidades esperables.	15%	
		g) Se ha asesorado al cliente sobre la opción más recomendable, cuando existen varias posibilidades, informándole de las características y acabados previsibles de cada una de ellas.	15%	
		h) Se ha solicitado al cliente que comunique la elección de la opción elegida.	10%	
RA3. Informa al probable cliente del servicio realizado, justificando las operaciones ejecutadas	UT3	a) Se ha hecho entrega al cliente de los artículos procesados, informando de los servicios realizados en los artículos.	12,0%	100,0%
		b) Se han transmitido al cliente, de modo oportuno, las operaciones a llevar a cabo en los artículos entregados y los tiempos previstos para ello.	12,0%	
		c) Se han identificado los documentos de entrega asociados al servicio o producto.	12,0%	
		d) Se ha recogido la conformidad del cliente con el acabado obtenido, tomando nota, en caso contrario, de sus objeciones, de modo adecuado.	12,0%	
		e) Se ha valorado la pulcritud y corrección, tanto en el vestir como en la imagen corporal, elementos clave en la atención al cliente.	12,0%	
		f) Se ha mantenido en todo momento el respeto hacia el cliente	16,0%	
		g) Se ha intentado la fidelización del cliente con el buen resultado del trabajo.	12,0%	
		h) Se ha definido periodo de garantía y las obligaciones legales aparejadas.	12,0%	
RA4. Atiende reclamaciones de posibles clientes, reconociendo el protocolo de actuación.	UT4	a) Se han ofrecido alternativas al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables, exponiendo claramente los tiempos y condiciones de las operaciones a realizar, así como del nivel de probabilidad de modificación esperable.	10%	100%
		b) Se han reconocido los aspectos principales en los que incide la legislación vigente, en relación con las reclamaciones	10%	
		c) Se ha suministrado la información y documentación necesaria al cliente para la presentación de una reclamación escrita, si éste fuera el caso.	20%	
		d) Se han recogido los formularios presentados por el cliente para la realización de una reclamación.	20%	
		e) Se ha cumplimentado una hoja de reclamación	20%	
		f) Se ha compartido información con el equipo de trabajo	20%	

2. CONTENIDOS

El **art.6** de la **LOE**, en la redacción establecida por la **LOMCE**, define los **contenidos** como *el conjunto de habilidades, destrezas y actitudes que contribuyen al logro de los objetivos de cada enseñanza y etapa educativa y a la adquisición de competencias. Son por lo tanto un medio, no un fin en sí mismos*, para alcanzar las capacidades expresadas en los resultados de aprendizaje y adquirir las competencias personales, sociales y profesionales que conforman la competencia general del título. De acuerdo con la Orden que regula el currículo se muestra la siguiente tabla.

2.1. Bloques de Contenidos por Resultado de aprendizaje

Se han recogido los bloques de contenidos del Real Decreto 127/2014, de 28 de febrero, ampliados con los contenidos recogidos en la Orden, 8 de noviembre de 2016 y se relacionan con los resultados de aprendizaje.

BLOQUE DE CONTENIDOS	RA	UNIDAD DIDÁCTICA	CONTENIDOS ASOCIADOS A LA UD
BI			ATENCIÓN AL CLIENTE El proceso de comunicación. Agentes y elementos que intervienen. Barreras y dificultades comunicativas. Comunicación verbal: Emisión y recepción de mensajes orales, con una estructura clara y precisa. Técnicas para hablar correctamente en público. Motivación, frustración y mecanismos de defensa. Comunicación no verbal. Empatía y receptividad
	RA 1	UT1: LA ATENCIÓN AL CLIENTE	
BII			VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS Actuación del vendedor profesional, ante diferentes tipos de público y clientes. Exposición de las cualidades de los productos y servicios, y cualidades esperables. El vendedor. Características, funciones y actitudes. Cualidades y aptitudes para la venta y su desarrollo. El vendedor profesional: modelo de actuación. Relaciones con los clientes. Técnicas de venta. Diferencias entre información y publicidad.
	RA2	UT2: VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	
BIII			INFORMACIÓN AL CLIENTE :Roles, objetivos y relación cliente-profesional. Tipología de clientes y su relación con la prestación del servicio. Atención personalizada como base de la confianza en la oferta de servicio. Calidad de atención al cliente. Necesidades y gustos del cliente, así como criterios de satisfacción de los mismos. Fidelización de clientes. Objeciones de los clientes y su tratamiento. Parámetros clave que identificar para la clasificación del artículo recibido. Técnicas de recogida de los mismos. Documentación básica vinculada a la prestación de servicios, o entrega de productos
	RA3	UT3: INFORMACIÓN AL CLIENTE	
BIV			TRATAMIENTO DE RECLAMACIONES Técnicas utilizadas en la actuación ante reclamaciones. Gestión de reclamaciones. Alternativas reparadoras. Elementos formales que contextualizan una reclamación. Documentos necesarios o pruebas en una reclamación. Procedimiento de recogida de las reclamaciones. Hoja de reclamaciones. Utilización de herramientas informáticas de gestión de reclamaciones.
	RA4	UT4: TRATAMIENTO DE RECLAMACIONES	

2.2. Interdisciplinarietà con el resto de m3dulos profesionales, m3dulos de 3mbito e itinerario de empleabilidad

Los bloques de contenidos (BC), se desglosar3n en diferentes conocimientos, habilidades y destrezas y actitudes, a lo largo de las 9 unidades de trabajo que componen la programaci3n de aula, procurando la interconexi3n y refuerzo mutuo con el resto de m3dulos del curr3culo. Las reuniones con el equipo docente contribuir3n a esta interdisciplinarietà.

Una visi3n globalizada de objetivos y contenidos y criterios de evaluaci3n a la vez que c3clica y repetitiva a lo largo de las unidades de trabajo facilita la adquisici3n por parte del alumnado.

2.3. Temporalizaci3n.

La siguiente tabla muestra el recorrido did3ctico y temporal previsto para el desarrollo de los distintos bloques de contenidos a lo largo de las unidades de trabajo durante el presente curso.

EVALUACI3N	UNIDADES DE TRABAJO	HORAS
1ª	Evaluaci3n inicial: UT 0	3
	BC I	
	UT1: LA ATENCI3N AL CLIENTE	8
	BC II	
2ª	UT2: VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	12
	BC III	
3ª	UT3: INFORMACI3N AL CLIENTE	31
	BC IV	
	UT4: TRATAMIENTO DE RECLAMACIONES	10
		64

UNIDADES DE TRABAJO

UNIDAD 1. LA ATENCIÓN AL CLIENTE		Sesiones:	8
Justificación			
<p>Quienes quieran desarrollar su profesión en el ámbito administrativo necesitan ser buenos y buenas comunicadoras y tomar conciencia de su comportamiento, actitud y compostura profesional ante la clientela. Por lo tanto, aunque cabría pensar que de forma innata se tiene el don de la comunicación, lo cierto es que hay que entrenarlo y adecuarlo a las situaciones, y en la atención al cliente aprender: qué se dice, quién lo dice, quien lo recibe, cómo se dice y en qué circunstancias. Esto es algo imprescindible para nuestro alumnado.</p>			
RA. 1. Atiende a posibles clientes, reconociendo las diferentes técnicas de comunicación			
Criterios de evaluación		a) b) c) d) e) f) g) h) i)	
C.P.P.S	i)	Objetivos generales	i)
Objetivos didácticos		Contenidos	
<ul style="list-style-type: none"> - RECONOCER LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN - IDENTIFICAR LOS DIFERENTES TIPOS DE COMUNICACIÓN Y APLICAR LAS TÉCNICAS ADECUADAS EN CADA UNO - APRECIAR LAS VENTAJAS DE DOMINAR LOS TIPOS DE COMUNICACIÓN - APLICAR TODO LO REFERENTE A LA COMUNICACIÓN PARA LOGRAR ÓPTIMA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE 		<ul style="list-style-type: none"> - El proceso de comunicación: agentes y elementos - Barreras y dificultades comunicativas - Comunicación Verbal: emisión y recepción de mensajes orales - Motivación, frustración y mecanismos de defensa. La 	
Interdisciplinariedad		Contenidos transversales	
3003 Técnicas Administrativas Básicas		Educación emocional	
3159 Itinerario Personal para el Empleo		Igualdad de oportunidades, Educación multicultural	
3161 Comunicación y Ciencias Sociales I		Educación para la paz	
Metodología: Actividades			
Iniciales/ de conocimientos previos	Video youtube https://www.youtube.com/watch?v=XI2MxY-PtGk Puesta en común de experiencias que han tenido como clientes en comercios conocidos. Fijación en pizarra de mapa conceptual. Glosario de términos en sopa de letras.		
Desarrollo	Explicación teórica para explicar contenidos y aclarar conceptos, con apoyo de recursos web. Actividades de identificación, investigación y elaboración de su propio cuadro-resumen. Lectura, debate y prácticas que habrán de subir a Classroom		
Consolidación	Creación de Padlet colaborativo sobre la comunicación verbal y no verbal. Juego de rol en parejas con emoticonos (mismo diálogo/distintos emoticonos)	Actividades de finales y autoevaluación para controlar su progreso. Test de autoconocimiento	
Refuerzo	Se añadirán recursos extra en Classroom para su mejor comprensión y asimilación, así como para poder trabajar en casa.		
Ampliación	Alumnado- tutor: el alumnado que vaya avanzando más rápido tutorizará y ayudará a quienes tarden más en asimilar los contenidos y destrezas, bajo supervisión siempre de la profesora. De igual manera podrán avanzar usando recursos digitales y web (enlaces a pasatiempos online, o el juego de simulación 2100 Gamelearn de Atención al Cliente)		

ATENCIÓN AL CLIENTE 2024-25

Profesora:

Esther Martín Pelegrín

UNIDAD 2. VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		Sesiones:		12
Justificación				
La venta y la prestación de servicios han cambiado mucho a raíz de fenómenos como las nuevas tecnologías, la globalización, las nuevas formas de adquisición, una clientela más exigente que tiene mucho donde elegir y puede adquirirlo en cualquier parte del mundo y un aumento de la competitividad entre las empresas. Ante este planteamiento, la diferencia muchas veces no está en el producto o servicio sino en quien presta el servicio de venta y postventa. Es indispensable para nuestro alumnado comprender y adquirir la formación de la venta profesional.				
RA. 1. Atiende a posibles clientes, reconociendo las diferentes técnicas de comunicación				
Criterios de evaluación		a) b) c) d) e) f) g) h) i)		
C.P.P.S	i)	Objetivos generales		i)
Objetivos didácticos		Contenidos		
<ul style="list-style-type: none"> - CONOCER CÓMO ACTÚA EL O LA PROFESIONAL DE LA VENTA - IDENTIFICAR Y SABER EXPONER LAS CUALIDADES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LOGRAR LA VENTA - ADQUIRIR LAS APTITUDES NECESARIAS EN LA RELACIÓN A UNA VENTA Y SERVICIO AL CLIENTE - APLICAR LAS DIFERENTES TÉCNICAS DE VENTA - PRACTICAR EN UN PROCESO DE VENTA TODO LO ANTERIOR 		<ul style="list-style-type: none"> - Actuación de un/a vendedor/a profesional - Exposición de cualidades de productos y servicios - Aptitudes, cualidades y funciones necesarias en la venta - El proceso de venta: modelo de actuación y relaciones con la clientela 		
Interdisciplinarietàad		Contenidos transversales		
3003 Técnicas Administrativas Básicas		Educación emocional		
3159 Itinerario Personal para el Empleo		Igualdad de oportunidades, Educación multicultural		
3161 Comunicación y Ciencias Sociales I		Cultura emprendedora		
Metodología: Actividades				
Iniciales/ de conocimientos previos	Torbellino de ideas sobre las formas de venta hoy en día y la figura del/de la profesional de venta. Video sobre la historia de la venta https://youtu.be/MIqXY_KNQ0 Fijación en pizarra de mapa conceptual. Glosario de términos en sopa de letras			
Desarrollo	Explicación teórica para explicar contenidos y aclarar conceptos, con apoyo de recursos web. Actividades de identificación, investigación y elaboración de su propio cuadro-resumen. Lectura, debate y prácticas que habrán de subir a Classroom			
Consolidación	Trabajo por grupos sobre videoconferencia, email, y proceso de ventas. Soporte virtual: Genially o Storyboard (ej. Comic https://www.storyboardthat.com/storyboards/a56e1912/comic-servicio-al-cliente)	Actividades de finales y autoevaluación para controlar su progreso. Test de autoconocimiento sobre cualidades para la venta.		
Refuerzo	Se añadirán recursos extra en Classroom para su mejor comprensión y asimilación, así como para poder trabajar en casa.			
Ampliación	Alumnado- tutor: el alumnado que vaya avanzando más rápido tutorizará y ayudará a quienes tarden más en asimilar los contenidos y destrezas, bajo supervisión siempre de la profesora. De igual manera podrán avanzar usando recursos digitales y web (enlaces a pasatiempos online, Liveworksheets o el juego de simulación 2100 Gamelearn de Atención al Cliente)			

UNIDAD 3. INFORMACION AL CLIENTE		Sesiones:		31
Justificación				
Calidad, servicio y cliente son tres conceptos interrelacionados en la empresa, siendo la razón de ser de ésta conseguir primero, conservar y aumentar la cartera de clientes, después. Para ello hay que conocer al cliente, al actual y al potencial, medir su actitud, saber cómo piensan, sus gustos, reacciones y valores. Cuando un cliente está descontento habrá que gestionar su queja para no perder su confianza y que se vaya a la competencia, arrastrando consigo más clientes. Es importante que nuestro alumnado sepa diferenciar la tipología de clientela con la que tendrán que trabajar.				
RA. 1. Atiende a posibles clientes, reconociendo las diferentes técnicas de comunicación				
Criterios de evaluación		a) b) c) d) e) f) g) h) i)		
C.P.P.S	i)	Objetivos generales		i)
Objetivos didácticos		Contenidos		
<ul style="list-style-type: none"> - RECONOCER LA IMPORTANCIA DEL CLIENTE EN TODOS LOS SECTORES DE NEGOCIO - IDENTIFICAR LOS TIPOS DE CLIENTES Y APLICAR LAS NORMAS DE TRATAMIENTO Y CORTESÍA - DESCUBRIR LAS NECESIDADES Y GUSTOS DEL CLIENTE PARA ADAPTAR LA OFERTA - APRENDER A GESTIONAR LAS OBJECIONES DE LA CLIENTELA - CONOCER LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE 		<ul style="list-style-type: none"> - La clientela: tipología de clientes/as - Atención personalizada como base de la confianza y la fidelización - Necesidades y gustos de cada cliente/a - Objeciones y tratamiento - Atención al cliente y nuevas tecnologías 		
Interdisciplinarietàad		Contenidos transversales		
3003 Técnicas Administrativas Básicas		Educación emocional y habilidades sociales		
3159 Itinerario Personal para el Empleo		Igualdad de oportunidades, Educación multicultural		
3161 Comunicación y Ciencias Sociales I		Cultura emprendedora		
Metodología: Actividades				
Iniciales/ de conocimientos previos	Torbellino de ideas sobre qué observamos en clientes y vendedores cuando hacemos cola en un comercio (situaciones, actitudes, reacciones, comentarios). Entrega de mapa conceptual. Glosario de términos en juego de ahorcado.			
Desarrollo	Explicación teórica para explicar contenidos y aclarar conceptos, con apoyo de recursos web. Actividades de identificación, investigación y elaboración de su propio cuadro-resumen. Lectura, debate y prácticas que habrán de subir a Classroom			
Consolidación	Crear juegos por parejas con la tipología de clientes: "quien es quien", un memory, pictionary etc. En soporte físico o digital. Análisis de casos prácticos de atención al cliente por email y/o redes sociales. Padlet con ventajas e inconvenientes.	Actividades de finales y autoevaluación para controlar su progreso. Test de autoconocimiento sobre su perfil tipo de cliente/futuro vendedor.		
Refuerzo	Se añadirán recursos extra en Classroom para su mejor comprensión y asimilación, así como para poder trabajar en casa. El comercio de barrio y su reactivación https://www.rtve.es/noticias/20240205/talleres-tiendas-barrio-sobrevivir-conversan-tejen-compran/15957199.shtml			
Ampliación	Alumnado- tutor: el alumnado que vaya avanzando más rápido tutorizará y ayudará a quienes tarden más en asimilar los contenidos y destrezas, bajo supervisión siempre de la profesora. De igual manera podrán avanzar usando recursos digitales y web (enlaces a pasatiempos online, Liveworksheets o el juego de simulación 2100 Gamelearn de Atención al Cliente)			

UNIDAD 4. TRATAMIENTO DE RECLAMACIONES		Sesiones:	10
Justificación			
<p>El servicio posventa y su calidad, incluye la gestión eficaz de quejas y reclamaciones y de la buena actuación depende en su mayor parte la continuidad de la clientela o su abandono, arrastrando incluso a conocidos bien a dejar de ser clientes bien a iniciar una relación comercial, todo depende del grado de satisfacción obtenido con la respuesta a su reclamación. La forma de abordar una reclamación, la actitud y el lenguaje utilizados, la paciencia, la búsqueda de alternativas y la posibilidad de compensación del daño, requieren de técnicas y aprendizajes por parte de las personas que se encarguen de este cometido en la empresa.</p>			
RA. 1. Atiende a posibles clientes, reconociendo las diferentes técnicas de comunicación			
Criterios de evaluación		a) b) c) d) e) f) g) h) i)	
C.P.P.S	i)	Objetivos generales	i)
Objetivos didácticos		Contenidos	
<ul style="list-style-type: none"> - RECONOCER LA IMPORTANCIA DE LAS RECLAMACIONES COMO MEDIO DE MEJORA Y LOGRO DE UNA CALIDAD TOTAL - IDENTIFICAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA GESTIONARLAS - APRECIAR LA IMPORTANCIA DE UNA BUENA GESTIÓN DE RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS DE LA CUENTELA - CONOCER LA DOCUMENTACIÓN Y PRUEBAS PARA EFECTUAR UNA RECLAMACIÓN - CONOCER LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA GESTIÓN DE RECLAMACIONES Y QUEJAS - FAMILIARIZARSE CON LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO 		<ul style="list-style-type: none"> - Diferencia entre quejas, reclamaciones, y sugerencias - Técnicas y procedimientos en la gestión de reclamaciones - Documentos necesarios y pruebas en una reclamación - Herramientas informáticas en la gestión de reclamaciones - La protección al consumidor en la UE , en España y en Andalucía 	
Interdisciplinariedad		Contenidos transversales	
3003 Técnicas Administrativas Básicas		Educación emocional y habilidades sociales	
3001 Tratamiento Informático de Datos		Igualdad de oportunidades, Educación multicultural	
3161 Comunicación y Ciencias Sociales I		Resolución pacífica de conflictos	
Metodología: Actividades			
Iniciales/ de conocimientos previos	Puesta en común de experiencias sobre quejas y reclamaciones en establecimientos públicos, transporte, comercios, etc. Entrega de mapa conceptual y glosario de términos (en casa deberán convertirlo en memory con educaplay https://es.educaplay.com/tipos-de-actividades/memory.html)		
Desarrollo	Explicación teórica para explicar contenidos y aclarar conceptos, con apoyo de recursos web. Actividades de identificación, investigación y elaboración de su propio cuadro-resumen. Lectura, debate y prácticas que habrán de subir a Classroom. Video: https://www.youtube.com/watch?v=n4GaN2Dul9Q		
Consolidación	Juego de rol por parejas rellenando hoja de reclamaciones. Se grabarán en video que luego veremos para analizar la gestión realizada.	Actividades de finales y autoevaluación para controlar su progreso. .	
Refuerzo	Se añadirán recursos extra en Classroom para su mejor comprensión y asimilación, así como para poder trabajar en casa. Material sobre la OCU https://www.ocu.org/		
Ampliación	Alumnado- tutor: el alumnado que vaya avanzando más rápido tutorizará y ayudará a quienes tarden más en asimilar los contenidos y destrezas, bajo supervisión siempre de la profesora. De igual manera podrán avanzar usando recursos digitales y web, el simulador 2100 Gamelearn de Atención al Cliente)		