

## Introducción

---

La **normativa de referencia** a tener en cuenta para la elaboración de la programación didáctica del módulo de Atención al cliente, consumidor y usuario es:

- ✔ Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre.
- ✔ Orden de 15 de abril 2014, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad.

El módulo profesional, debido a lo extenso de sus contenidos y a la enorme importancia que tiene en la adquisición de competencias del ciclo formativo, se desglosa en 6 **unidades de trabajo**.

Al tratarse de una **enseñanza semipresencial** se le ha dado bastante importancia a la información obtenida a través de Internet, por lo que se ofrece un listado de direcciones en donde se podrán ampliar los conocimientos adquiridos, o consultar alguna curiosidad, y a la vez trabajar en algunas de las actividades propuestas. Se recomienda realizar todas las actividades de auto evaluación para comprobar el grado de comprensión de los diversos conceptos, así como seguir todas las instrucciones del profesor/a.

Cada una de las unidades de trabajo presenta los objetivos, criterios de evaluación y algunas orientaciones sobre cómo trabajar la unidad y sobre los recursos para el desarrollo de las actividades.

En la **modalidad de enseñanza semipresencial**, a este módulo profesional le corresponden 128 horas de clase o lectivas (**6 horas semanales durante 32 semanas**). En esta modalidad no es posible indicar una dedicación horaria para cada módulo, ya que esto depende del alumno, entre otros condicionantes, pero puede ser interesante considerar este número de horas como una referencia relativa y utilizarlo para baremar y comparar el tiempo necesario para superar cada módulo. Debe tenerse en cuenta que los alumnos en la modalidad presencial, además de esas 3 horas semanales de clase, deben dedicar también tiempo en casa para estudiar y hacer tareas, por lo que el tiempo requerido es sin duda mayor.

# 1. Competencias, objetivos y resultados de aprendizaje

---

Ha continuación vamos a desarrollar con detalle: Competencias, objetivos y resultados de aprendizaje del módulo Atención al cliente, consumidor y usuario.

## 1.1. Competencias profesionales

---

- ✔ Gestionar los servicios de atención e información al cliente y de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor, y usuario, prestando un servicio de calidad para lograr la plena satisfacción del cliente y la transmisión de una buena imagen de la empresa u organización.
- ✔ Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- ✔ Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.
- ✔ Organizar y coordinar equipos de trabajo, supervisando el desarrollo del mismo, con responsabilidad, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como, aportando soluciones a los conflictos grupales que se presentan.
- ✔ Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados, y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- ✔ Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.
- ✔ Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de "diseño para todos", en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- ✔ Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
- ✔ Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

## 1.2. Objetivos generales

---

Igual que ocurría en el caso de las competencias, desglosamos los **Objetivos Generales** a los que contribuye este módulo, según la orden de cada ciclo formativo.

- ✔ Organizar el departamento de atención al cliente y establecer las líneas de actuación para lograr la satisfacción y fidelización del los clientes, aplicando técnicas de comunicación adecuadas para gestionar los servicios de atención e información al cliente.
- ✔ Establecer el procedimiento de atención y resolución de quejas y reclamaciones de clientes, aplicando técnicas de comunicación y negociación adecuadas y/o de mediación o arbitraje para gestionar las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario.
- ✔ Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
- ✔ Tomar decisiones de forma fundamentada analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- ✔ Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- ✔ Aplicar estrategias y técnicas de comunicación adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- ✔ Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención, personales y colectivas, de acuerdo a la normativa aplicable en los procesos del trabajo, para garantizar entornos seguros.
- ✔ Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".
- ✔ Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.
- ✔ Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- ✔ Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

## 1.3. Resultados de aprendizaje

---

Finalmente, pasamos a desglosar los **Resultados de Aprendizaje** a los que contribuye este módulo de ACCU según las respectivas Órdenes que regulan cada ciclo formativo.

- ✓ RA1. Organiza el departamento de atención al cliente, definiendo sus funciones y estructura y su relación con otros departamentos, para transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.
- ✓ RA2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente, consumidor o usuario, proporcionándole la información solicitada.
- ✓ RA3. Organiza un sistema de información al cliente que optimice el coste y el tiempo de tratamiento y acceso a la misma, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.
- ✓ RA4. Identifica los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.
- ✓ RA5. Gestiona las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor o usuario, aplicando técnicas de comunicación y negociación para alcanzar soluciones de consenso entre las partes.
- ✓ RA6. Describe los procesos de mediación y de arbitraje de consumo para resolver situaciones de conflicto en materia de consumo, aplicando la legislación vigente.

## 2. Unidades didácticas

---

El módulo lo componen un total de 6 unidades de trabajo:

UD01: ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.
UD02: TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE.
UD03: ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN.
UD04: ORGANISMOS E INSTITUCIONES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR O USUARIO.
UD05: GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES.
UD06: PLAN DE CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO.

## UD01: Organización del departamento de atención al cliente.

RA	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA1	<p><b>Organización del departamento de atención al cliente.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La atención al cliente.               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Factores que influyen en la atención al cliente.</li> </ol> </li> <li>2. Marketing relacional.</li> <li>3. Gestión de las relaciones con los clientes.</li> <li>4. Identidad e imagen corporativa de una empresa.               <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. La imagen de marca.</li> </ol> </li> <li>5. La atención al cliente como elemento de posicionamiento y diferenciación.</li> <li>6. El departamento de atención al cliente.               <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1. Funciones del departamento de atención al cliente.</li> <li>6.2. Competencias generales y específicas del personal del departamento.</li> <li>6.3. Relaciones con otros departamentos.</li> </ol> </li> <li>7. Organización del departamento de atención al cliente.               <ol style="list-style-type: none"> <li>7.1. Estructura organizativa de una empresa.</li> <li>7.2. Organigramas.</li> <li>7.3. Organización funcional.</li> <li>7.4. Organización geográfica o territorial.</li> <li>7.5. Organización por productos o servicios.</li> <li>7.6. Organización por clientes.</li> <li>7.7. Organización mixta.</li> </ol> </li> <li>8. Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.               <ol style="list-style-type: none"> <li>8.1. Seguimiento de venta.</li> <li>8.2. Servicios postventa.</li> <li>8.3. Información y asesoramiento.</li> <li>8.4. Satisfacción y fidelización del cliente.</li> <li>8.5. Atención de quejas y reclamaciones.</li> </ol> </li> <li>9. Los Contact Centers.               <ol style="list-style-type: none"> <li>9.1. Servicios que presentan los Contact Centers.</li> <li>9.2. Tipos de Contact Centers.</li> <li>9.3. Localización de los Contact Centers.</li> </ol> </li> </ol>	<p>* La identidad corporativa y la imagen de marca. Definición y análisis para el posicionamiento y diferenciación de la empresa.</p> <p>* Estructuras organizativas.</p> <p>* El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones. Funciones, objetivos, estructuras y organización.</p>

## UD02: Técnicas de comunicación en la atención al cliente.

RA	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA 2	<p>1. Técnicas de comunicación en la atención al cliente.</p> <p>1. Información y comunicación .</p> <p>2. Proceso de comunicación : elementos.</p> <p>2.1. Fases del proceso de comunicación.</p> <p>2.2. Dificultades y barreras de la comunicación.</p> <p>3. La comunicación en la empresa.</p> <p>3.1. Comunicación interna.</p> <p>3.2. Comunicación externa.</p> <p>4. Tipos de comunicación.</p> <p>5. La comunicación oral.</p> <p>5.1 Normas para hablar en público.</p> <p>6. La comunicación telefónica.</p> <p>6.1. Comunicación no verbal: la sonrisa telefónica.</p> <p>7. La comunicación no verbal en las relaciones con los clientes.</p> <p>8. La comunicación en situaciones de información al cliente/ consumidor/usuario.</p> <p>9. La comunicación escrita.</p> <p>9.1. Cartas comerciales.</p> <p>9.2. Reglas para la comunicación escrita.</p> <p>9.3. Contenido y estura de la carta comercial.</p> <p>9.4. Tipos de cartas comerciales.</p> <p>9.4.1. cartas de presentación.</p> <p>9.4.2. Cartas de solicitud de información y cartas de respuesta a una solicitud de información.</p> <p>9.4.3. Cartas de pedido.</p> <p>9.4.5. Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones y cartas de respuesta a las reclamaciones.</p> <p>9.4.6. Cartas de reclamaciones de pago.</p> <p>9.4.7. Cartas circulares.</p> <p>9.5. Comunicaciones breves.</p> <p>9.6. Informes.</p> <p>9.7. Comunicaciones formales.</p> <p>9.7.1. Instancia.</p> <p>9.7.2. Recurso.</p> <p>9.7.3. Oficio.</p> <p>9.7.4. Certificado.</p> <p>9.7.5. Declaración.</p> <p>9.8. Otros documentos escritos: convocatorias y actas.</p> <p>10. La comunicación a través de la red: internet/intranet.</p>	<p>Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente.</p> <p>* La comunicación en la empresa. Información y comunicación.</p> <p>* El proceso de comunicación. Elementos. Fases del proceso. Canales y soportes de información.</p> <p>Tipos de comunicación en relación con los clientes.</p> <p>* Comunicación en la empresa: interna, externa y formal e informal.</p> <p>* La comunicación oral. La comunicación verbal y no verbal.</p> <p>La comunicación telefónica. Utilización de las nuevas tecnologías en la comunicación telefónica protocolo con los clientes.</p> <p>Comunicación en tiempo real, sincrónica. Chat. videoconferencia.</p> <p>Comunicación diferida. Asincrónica. El correo electrónico. Mensajería instantánea. foros.</p> <p>La empatía.</p> <p>La asertividad.</p>



## UD03: Organización de un sistema de información.

RA	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA3	<p>Organización de un sistema de información.</p> <p>1. Archivo de la información en soporte de papel. Concepto. Naturaleza. Finalidad.</p> <p>1.1. Clases de archivo.</p> <p>1.2. Sistemas de archivos y organización de la información.</p> <p>1.3. El proceso de archivo.</p> <p>1.4. Confección y presentación de informes procedentes del archivo.</p> <p>1.5. Purga o destrucción de la documentación.</p> <p>1.6. Confidencialidad de la información y documentación.</p> <p>1.7. Los ficheros de clientes.</p>	<p>Organización de un sistema de información.</p> <p>* Técnicas de organización y archivo de documentación. Definición y funciones del archivo.</p> <p>* Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos. Ventajas e inconvenientes.</p> <p>* Tratamiento y organización de documentos de atención al cliente, consumidor o usuario.</p> <p>*Ficheros de clientes. Ficheros no automatizados y ficheros automatizados.</p>

En la columna **Contenidos según normativa**, el texto en color **negro** se refiere a contenidos mínimos recogidos en el RD, y el texto en color **azul**, al adaptable por las CCAA, de acuerdo con la Orden correspondiente.

## UD04: Organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario.

RA	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA4	<p>1. Organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario.</p> <p>1.1 Tipos de consumidores o usuarios.</p> <p>2. La defensa del consumidor y usuario.</p> <p>2.1 Derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.</p> <p>2.2. Derecho a la protección de los legítimos intereses económicos de los consumidores y usuarios.</p> <p>2.3. Derecho a la información, formación y educación de los consumidores.</p> <p>2.4 Derecho a la representación por asociaciones de consumidores.</p> <p>2.5. Derecho a la protección ante situaciones de inferioridad.</p> <p>2.6. Derecho a la reparación de daños y perjuicios.</p> <p>2.7. Leyes autonómicas de protección del consumidor.</p> <p>2.8. Normativa comunitaria.</p> <p>3. Instituciones públicas de protección del consumidor.</p> <p>3.1. Administración central.</p> <p>3.2. Administración Autonómica y Local.</p> <p>3.3. El Defensor del Pueblo.</p> <p>3.4. Comisión Nacional de la Competencia.</p> <p>4. Entidades privadas de protección al consumidor.</p> <p>4.1. La OCU. Organización de Consumidores y Usuarios.</p> <p>4.2. Asociaciones de consumidores.</p> <p>4.3. Asociaciones sectoriales de consumidores.</p> <p>4.4. Cooperativas de consumo.</p>	<p>Identificación de los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Concepto de consumidor y usuario.</li> <li>* Caracterización de diferentes tipos de consumidores y usuarios.</li> <li>* Derechos del consumidor.</li> <li>* La defensa del consumidor: Normativa legal. Art. 51.1 y 2 de la Constitución del 27 de diciembre de 1978. Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios ( 26/1984 de 19 de Julio). Normativa europea (Directiva 2009/22 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de abril de 2009).</li> <li>* Instituciones públicas de protección del consumidor.</li> <li>* Entidades privadas de protección al consumidor.</li> <li>* Fuentes de información en materia de consumo.</li> </ul>

## UD05. Gestión de quejas y reclamaciones.

RA	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA5	<p>Gestión de quejas y reclamaciones.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consultas, quejas, reclamaciones y denuncias habituales en materia de consumo.</li> <li>2. Actuación administrativa y actos administrativos: Concepto y elementos.               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Clases de actos administrativos.</li> <li>2.2. Eficacia de los actos administrativos.</li> <li>2.3. Silencio administrativo.</li> </ol> </li> <li>3. Gestión de reclamaciones y denuncias.               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Normativa aplicable en la gestión de reclamaciones y denuncias.</li> <li>3.2. Procedimientos de recogida de las reclamaciones/denuncias.</li> <li>3.3. Cumplimentación de la reclamación.</li> </ol> </li> <li>4. Tratamiento al cliente/consumidor usuario ante las quejas y reclamaciones/denuncias.</li> <li>5. Técnicas de negociación en la resolución de quejas y reclamaciones/denuncias.</li> <li>6. Mediación: Concepto y características.               <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1. Personas físicas y jurídicas que intervienen en la mediación.</li> <li>6.2. Procedimientos en la mediación.</li> </ol> </li> <li>7. Arbitraje: Concepto y características.               <ol style="list-style-type: none"> <li>7.1. Legislación aplicable en el arbitraje de consumo.</li> <li>7.2. Adhesión al Sistema Arbitral de Consumo.</li> <li>7.3. Juntas arbitrales.</li> <li>7.4. Tipos de arbitraje.</li> <li>7.5. Procedimiento arbitral.</li> <li>7.6. El laudo arbitral.</li> </ol> </li> </ol>	<p>Gestión de quejas y reclamaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.</li> <li>* Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.</li> <li>* Proceso de gestión de reclamaciones y denuncias. Fases del proceso.</li> <li>* Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias. Elementos formales que contextualizan la reclamación. Documentos necesarios en una reclamación. Configuración documental de la reclamación.</li> <li>* Proceso de tramitación y gestión de la reclamación. Plazos de presentación. Interposición de la reclamación ante los distintos órganos administrativos. Recursos.</li> <li>* Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.</li> <li>* La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones y reclamaciones o denuncias.</li> </ul> <p>Descripción de los procesos de mediación y arbitraje.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Concepto de mediación y arbitraje. Características diferenciadoras.</li> <li>* Tipos de arbitraje.</li> <li>* Situaciones de conflicto en materia de consumo en las que se puede utilizar una mediación.</li> <li>* El proceso de arbitraje en materia de consumo. Normativa aplicable.</li> </ul>

## UD06: Plan de calidad del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario

RA	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA6	<p>Plan de calidad del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/consumidor/usuario.</li> <li>2. Gestión de la insatisfacción del cliente.</li> <li>3. Procedimientos de control del servicio de atención al cliente.               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Parámetros de control.</li> <li>3.2. Técnicas de control.</li> <li>3.3. Normas y Certificaciones de calidad.</li> <li>3.4. Sistema de gestión de calidad: documentación.</li> <li>3.5. Costes de no aportar calidad a los clientes/usuarios.</li> </ol> </li> <li>4. Evaluación del servicio de atención al cliente.               <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Métodos de evaluación.</li> </ol> </li> <li>5. Métodos para evaluar la eficacia del servicio y el nivel de satisfacción del cliente.</li> <li>6. La fidelización del cliente.</li> <li>7. Programa de fidelización.               <ol style="list-style-type: none"> <li>7.1. Información, visitas de seguimiento al cliente y resolución de problemas con rapidez y eficacia.</li> <li>7.2. Regalos, descuentos, promociones.</li> <li>7.3. Felicitaciones y agradecimiento, y servicios adicionales.</li> </ol> </li> <li>8. Normativa aplicable.               <ol style="list-style-type: none"> <li>8.1. Ley de ordenación del comercio minorista.</li> <li>8.2. Ley de Servicios de la Sociedad de la información y el Comercio Electrónico.</li> </ol> </li> </ol>	<p>Elaboración de un plan de calidad y de mejora del servicio de atención al cliente, consumidor o usuario:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Evaluación del servicio de atención al cliente.</li> <li>* Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.</li> <li>* Procedimientos de control del servicio de atención al cliente. Manual de procedimiento.</li> <li>* Tratamiento de las incidencias o anomalías. Medidas correctoras. Formas y plazos.</li> <li>* 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.</li> </ul>

### 3. Secuencias de unidades de trabajo y temporalización

Las fechas previstas de aparición de cada unidad son las siguientes:

Unidad	Nº de horas de la unidad	Fecha de apertura	Fecha recomendada de finalización	Fecha obligatoria de entrega de tareas
UD01: Organización del departamento de atención al cliente	20	18/09/2017	30/10/2017	18/12/2017  19/03/2018  21/05/2018
UD02: Técnicas de comunicación en la atención al cliente	24	31/10/2017	18/12/2017	
UD03: Organización de un sistema de información	20	19/12/2017	05/02/2018	
UD04: Organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario	20	06/02/2018	26/02/2018	
UD05. Gestión de quejas y reclamaciones	24	27/02/2018	19/03/2018	
UD06. Plan de calidad del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario	20	20/03/2018	25/06/2018	

- La **fecha recomendada de finalización** de la unidad es una fecha orientativa para el alumnado, es la fecha en la que se recomienda al alumno terminar con esa unidad, no obligatoriamente la fecha en la que debe finalizar la unidad y su correspondiente tarea (aunque sí es aconsejable).
- La **fecha obligatoria de entrega** indica el último día que se recogerán las tareas indicadas (todas las tareas de la unidad indicada, incluido el segundo envío en caso de que fuera necesario), después de esta fecha no se corregirán las tareas enviadas.
- La primera evaluación consta de los temas 1 y 2 y la fecha obligatoria de entrega de las tareas de dichos temas será el 18/12/2017
- La segunda evaluación consta de los temas 3 y 4 y la fecha obligatoria de entrega de las tareas de dichos temas será el 19/03/2018
- La tercera evaluación consta del tema 5 y 6 la fecha obligatoria de entrega de las tareas de dichos temas será el 21/05/2018
- Se recomienda al alumnado la entrega progresiva de tareas conforme se vayan finalizando las unidades didácticas, garantizándose así la posibilidad de un segundo reenvío.
- No se aceptará ningún envío de tareas fuera de esos plazos, salvo circunstancias excepcionales, que valorará el profesor o profesora previa acreditación documental de las mismas

## 4. Metodología y materiales didácticos

---

El alumnado, a través de los contenidos que se le ofrecen a lo largo del curso, irá adquiriendo los conceptos básicos para introducirse en el módulo. Las actividades de autoevaluación y las tareas afianzarán y concretarán su aprendizaje funcional.

Se suscitará el debate y la puesta en común de ideas, mediante la participación activa del alumnado a través del foro, respetando la pluralidad de opinión.

Se propiciará que el alumnado sea sujeto activo de su propio aprendizaje, intentando igualmente fomentar el trabajo y la participación.

Se contemplan los siguientes materiales didácticos:

- Unidades de trabajo expuestas en pantalla.
- Caso práctico.
- Direcciones de Internet.
- Exámenes a través de Internet.
- Tareas.

Material complementario.

Para la parte presencial del módulo profesional se fijarán los siguientes tipos de sesiones presenciales:

- ✓ Sesiones de presentación de contenidos.
- ✓ Sesiones prácticas (p.ej. resolución de ejercicios)
- ✓ Sesiones de repaso y dudas.
- ✓ Sesiones de evaluación.

## 5. Criterios y procedimiento de evaluación

---

Tal y como establece el **Decreto 359/2011 de 7 de diciembre** que regulan las modalidades semipresencial y a distancia de las enseñanzas de Formación Profesional Inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía, las enseñanzas ofertadas en la modalidad semipresencial se impartirán mediante la combinación de sesiones lectivas colectivas presenciales, de obligada asistencia para el alumnado, y sesiones de docencia telemática. Así mismo los criterios de evaluación recogidos en las programaciones didácticas de las enseñanzas impartidas en las modalidades semipresencial y a distancia recogerán de forma cuantificada o porcentual el peso en la evaluación de cada una de las actividades que intervienen en el proceso de aprendizaje y, en el caso de enseñanzas impartidas en la modalidad semipresencial, se valorarán de forma proporcional, además, las actividades realizadas por el alumnado en las sesiones presenciales.

El proceso de evaluación se llevará a cabo a lo largo de todo el periodo que comprende el curso, siendo el resultado la media ponderada de la suma de una serie de componentes. Estos componentes son los siguientes:

Componente	Peso
Actividades realizadas de forma presencial	20%
Exámenes presenciales	40%
Tareas	30%
Exámenes de autoevaluación	5%
Participación en las herramientas de comunicación	5%

Los diferentes apartados que intervienen en la evaluación se puntuarán siempre de **0 a 10 puntos**. Se considerará superado el módulo profesional, cuando la media ponderada comentada anteriormente sea **mayor o igual a 5**.

**Se harán exámenes de recuperación en cada trimestre una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente.**

## 5.1. Actividades realizadas de forma presenciales

---

El alumnado a lo largo del curso irá realizando en las sesiones presenciales una serie de actividades que el profesorado irá evaluando. A continuación se exponen un listado de todas las actividades presenciales a realizar en el curso así como su planificación.

El artículo 3.2. establece que las sesiones de docencia presencial tendrán como objetivo facilitar al alumnado las ayudas pertinentes en la realización de tareas, resolver dudas respecto a los aspectos esenciales del currículo, orientar hacia el uso de las herramientas de comunicación empleadas por esta modalidad de enseñanza, afianzar las interacciones cooperativas entre el alumnado, promover la adquisición de los conocimientos, competencias básicas o profesionales que correspondan y, en su caso, reforzar la práctica de las destrezas orales.

Las **sesiones de acogida del alumnado** se realizan al comienzo del curso del curso para explicar al alumnado los aspectos generales del ciclo, características de la enseñanza semipresencial, el uso del Aula Virtual, las características más importantes de cada módulo, etc.

El objetivo de las **sesiones presenciales** es la exposición de los contenidos de una unidad, resolución de dudas, realización de prácticas en el Centro, etc.

### Calendario de sesiones presenciales:

#### Calendario de sesiones presenciales

<i>Tarea presencial</i>	<i>Horas/ fechas</i>
Realización de tarea inicial	1 26/09/2017
Organización del departamento de atención al cliente.	1 31/10/2017
Organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario	1 20/02/2018
Plan de calidad del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario.	1 10/04/2018



## 5.2. Exámenes presenciales

---

**El Decreto 359/2011 establece en su artículo 9.2 que la realización de pruebas de evaluación, requerirán la identificación personal fehaciente del alumnado que las realice y se corresponden con el enfoque práctico empleado, como elemento validador de las actividades presenciales o virtuales desarrolladas a lo largo del curso.**

En virtud de lo anterior, en los exámenes presenciales prevalece el enfoque práctico y debe tener en cuenta que la prueba presencial está basada en los resultados de aprendizaje del módulo profesional.

Se prevé la realización de tres pruebas presenciales de carácter eliminatorio y una por trimestre. La planificación de las pruebas es la siguiente:

### Prueba Presencial Escrita Fechas Previstas

1ª evaluación	Diciembre
2ª evaluación	Marzo
3ª evaluación	Mayo
Final	Junio

*Nota: Las fechas y horas definitivas de los exámenes se comunicarán al alumnado con suficiente antelación a lo largo del curso.*

#### IMPORTANTE:

- ✔ Las pruebas tienen carácter eliminatorio.
- ✔ Las pruebas presenciales se entenderán superadas cuando la calificación obtenida en ellas sea igual o superior a cinco.
- ✔ Se realizarán exámenes de recuperación en cada trimestre, una vez realizada la sesión de evaluación de cada trimestre.

## 5.3. tareas

---

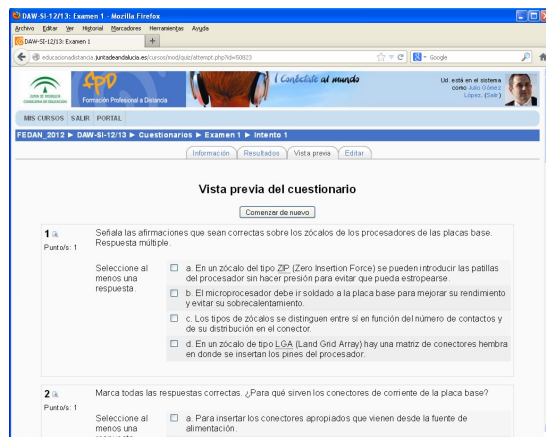
El alumnado **podrá entregar hasta un máximo de 2 veces la solución de una misma tarea**, siempre que la primera entrega tenga una nota inferior a 5.

El segundo intento tendrá un plazo máximo de entrega de 7 días naturales después de que el profesor/a haya calificado como suspensa la tarea. Este segundo intento deberá ajustarse siempre a la fecha obligatoria de entrega indicada en la tabla de temporalización de cada unidad y/o bloque.

Es recomendable que el envío de las tareas se realice de forma escalonada y progresiva, evitando enviar un conjunto grande de tareas. En los supuestos casos que la entrega de tareas se realice sobre la fecha límite de la misma, no se garantiza respetar la posibilidad del segundo reenvío, ya que podría darse el caso en que el docente no cuente con tiempo suficiente para responder al envío masivo de tareas.

## 5.4. Exámenes de autoevaluación

El alumnado podrá realizar los exámenes on-line asociados a cada unidad, pudiendo realizar un máximo de tres intentos de cada uno, y conservándose la mayor nota de todos los intentos que haya realizado.



The screenshot shows a web browser window displaying an online exam interface. The browser's address bar shows the URL: `educacionadistancia.kntadherencia.es/cursos/hodolab2/tema2.php?d=0903`. The page header includes the logo of the 'CPO' (Centro de Promoción y Orientación) and the text 'Construye el mundo'. Below the header, there is a navigation menu with 'MIS CURSOS', 'SALIR', and 'PORTAL'. The main content area is titled 'Vista previa del cuestionario' and contains two questions. Question 1 is a multiple-choice question with 1 point, asking to identify correct statements about processor sockets. Question 2 is a true/false question with 1 point, asking to mark correct answers regarding connectors. The interface includes a 'Comenzar de nuevo' button and navigation links like 'Información', 'Resultados', 'Vista previa', and 'Editar'.

**Vista previa del cuestionario**

[Comenzar de nuevo](#)

**1** 1/4 Señala las afirmaciones que sean correctas sobre los zócalos de los procesadores de las placas base.  
Puntuación: 1  
Respuesta múltiple.

Seleccione al menos una respuesta.

- a. En un zócalo del tipo ZIF (Zero Insertion Force) se pueden introducir las pállas del procesador sin hacer presión para evitar que pueda estropearse
- b. El microprocesador debe ir soldado a la placa base para mejorar su rendimiento y evitar su sobrecalentamiento.
- c. Los tipos de zócalos se distinguen entre sí en función del número de contactos y de su distribución en el conector.
- d. En un zócalo de tipo LGA (Land Grid Array) hay una matriz de conectores hembra en donde se insertan los pines del procesador.

**2** 1/4 Marca todas las respuestas correctas. ¿Para qué sirven los conectores de corriente de la placa base?  
Puntuación: 1

Seleccione al menos una respuesta.

- a. Para insertar los conectores apropiados que vienen desde la fuente de alimentación.

## 5.4. Participación en las herramientas de comunicación

Para valorar la participación del alumnado en el foro, éste criterio se dejará a la opinión del profesor/a que imparte el módulo. De cualquier forma, y con carácter general, se valorará las aportaciones que se hagan en el foro y que sean de utilidad para el resto de alumnos/as (tanto respuestas correctas como preguntas "interesantes").

Debate	Empezado por	Respuestas	Ultimo mensaje
Pon a prueba tus conocimientos	David Cervantes Brey	9	David Cervantes Brey 17 de dic de 2012, 18:00
Pedición "Mayor resolución de la imagen placa base_Tarea1"	Ena Henares Escobedo	12	Ena Henares Escobedo 17 de dic de 2012, 17:19
Conectores 9-10-11	David Cervantes Brey	5	David Cervantes Brey 17 de dic de 2012, 05:18
Conector 15, ¿Veis lo que pone?	David Cervantes Brey	8	David Cervantes Brey 17 de dic de 2012, 05:11

## 6. Bibliografía

---

### Recomendación

#### Libros:

- Los 100 errores de la experiencia de cliente. **Autor:** [Juan Carlos Alcaide](#)

**Editorial:** ESIC Editorial

- **CRM. Gestión de relaciones con los clientes.** Paul Greenberg (2008)

- McGrawHill. Servicios de atención al cliente.

- Editex. Atención al cliente.

#### Páginas Web.

[Para brindar un servicio de excelencia.](#)

[Reclamaciones de clientes.](#)

[Servicio de atención al cliente.](#)