

PRUEBAS LIBRES

TÉCNICO SUPERIOR ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

MÓDULO 0651- “COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE”

ORIENTACIONES PARA LA PRUEBA

1.- BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA:

Comunicación y atención al cliente: Ed. McGraw Hill.

Francisco Javier Ariza Ramírez. Juan Manuel Ariza Ramírez



2.-CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA E INSTRUMENTOS NECESARIOS PARA SU DESARROLLO.

1. CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA

La evaluación libre constará de un examen presencial global de los contenidos, tanto teóricos como prácticos.

- La **prueba teórica** consistirá en un tipo test (30-40 preguntas aproximadamente) y/o cuestiones de desarrollo que versarán sobre los contenidos del módulo.
- La **prueba práctica** serán ejercicios de los contenidos del módulo.

2. INSTRUMENTOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LA PRUEBA

Para la realización de la prueba será necesario:

- Útiles de escritura (bolígrafo, cinta blanca correctora, etc.)

3. DURACIÓN DE LA PRUEBA

La duración estimada es de 2 horas.

3.- CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN.

▪ **Criterio de calificación del módulo:**

La nota final del módulo será la media de la nota de la parte teórica y de la parte práctica. Los exámenes tendrán un contenido teórico y práctico que serán calificados de 1 a 10, con la siguiente distribución:

- **Ejercicios teóricos o test: 4 puntos sobre 10.**
- **Ejercicios prácticos: 6 puntos sobre 10.**

1. La prueba teórica supondrá un **40% de la calificación:**

- Consistirá en una relación de **preguntas tipo test** (no más de 40), de todos los contenidos del módulo. Cada una de ellas tendrá 4 opciones como respuesta. Solo una opción es correcta.
Todas las preguntas valen lo mismo. Cada pregunta mal contestada restará un 1/3 de su valor. Las preguntas no contestadas ni suman ni restan puntos.
- **Y/o cuestiones de desarrollo** que versarán sobre los contenidos del módulo cuya calificación se indicará en cada una de ellas.

2. La prueba práctica supondrá un **60% de la calificación:**

La parte práctica podrá consistir en algunos de los siguientes ejercicios:

- A partir de un supuesto, confeccionar un organigrama según los requisitos dados.
- La comunicación escrita: redactar, distribuir, estructurar, ... cualquier escrito como, por ejemplo, una carta comercial, una solicitud o instancia, un certificado, un saluda, etc.
- El archivo: archivar mediante los diferentes sistemas de clasificación: alfabético, numérico, cronológico, geográfico, temático, alfanumérico, ...
- Otros ejercicios prácticos del resto de contenidos mínimos especificados en el **ANEXO I.**

En esta ponderación se tendrá en **cuenta limpieza, orden y estructura de la solución** propuesta por el examinado.

- **Evaluación del Módulo:** la calificación final del módulo se obtendrá de la media ponderada del examen presencial teórico y práctico del módulo, **será positiva siempre que obtenga más de cinco puntos y con un mínimo del 25% superado de cada parte.** Si la calificación final es menor a cinco puntos, la calificación será negativa.

4.- CONTENIDOS

Todos los contenidos se encuentran en la programación, apartado 3, el mencionado libro de **“Comunicación y atención al cliente”** se ajusta a los contenidos mínimos y se tiene en cuenta a la hora de confeccionar los exámenes.

ANEXO I

Contenidos mínimos:

Técnicas de comunicación institucional y promocional:

- Las organizaciones empresariales.
- Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos.
- Tipología de las organizaciones. Organigramas.
- Dirección en la empresa.
- Procesos y sistemas de información en las organizaciones.
- Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.
- Elementos y barreras de la comunicación.
- Comunicación e información y comportamiento.
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa.
- Calidad del servicio y atención de demandas.
- La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:

- Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.
- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Técnicas de comunicación oral.
- Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.
- Formas de comunicación oral.
- Barreras de la comunicación verbal y no verbal.
- Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.
- Utilización de técnicas de imagen personal.
- Comunicaciones en la recepción de visitas.
- Realización de entrevistas.
- Realización de presentaciones.
- La comunicación telefónica.
- Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas.
- La cortesía en las comunicaciones telefónicas.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.
- Preparación y realización de llamadas.
- Identificación de los interlocutores.
- Tratamiento de distintas categorías de llamadas.

- La centralita.
- Uso del listín telefónico.
- La videoconferencia.

Elaboración de documentos profesionales escritos:

- La comunicación escrita en la empresa.
- Estilos de redacción.
- Siglas y abreviaturas.
- Herramientas para la corrección de textos.
- Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional.
- Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.
- Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”.
- Técnicas de comunicación escrita.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.

Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información:

- La recepción, envío y registro de la correspondencia.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- Clasificación y ordenación de documentos.
- Técnicas de archivo: naturaleza. Finalidad del archivo.
- Archivo de documentos.
- Sistemas de archivo.
- Clasificación de la información.
- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo.
- Custodia y protección del archivo.
- Las bases de datos para el tratamiento de la información.
- El correo electrónico.

Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:

- El cliente.
- La atención al cliente en la empresa/organización.
- El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa.
- Documentación implicada en la atención al cliente.
- Sistemas de información y bases de datos.
- Relaciones públicas.
- Canales de comunicación con el cliente.
- Procedimientos de obtención y recogida de información.
- Técnicas de atención al cliente: dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.

Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:

- La protección del consumidor y/o usuario.
- El rol del consumidor y/o usuario.
- Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios.
- La defensa del consumidor.
- Instituciones y organismos de protección al consumidor.
- Reclamaciones y denuncias.
- Mediación y arbitraje: concepto y características.
- Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.

Organización del servicio posventa:

- El valor de un producto o servicio para el cliente.
- Actividades posteriores a la venta.
- El proceso posventa y su relación con otros procesos.
- Tipos de servicio posventa.
- La gestión de la calidad en el proceso del servicio posventa.
- Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa.
- Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad.