

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2024/2025

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM04	Márketing e publicidade	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de adultos

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1110	Atención á clientela e ás persoas consumidoras e usuarias	2024/2025	3	87	104

(*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA MERCEDES SOMOZA LÓPEZ
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar as funcións de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, e a xestión de queixas e reclamacións.

Esta función abrangue aspectos como:

Organización do departamento de atención á clientela nas empresas e organizacións.

Desenvolvemento de accións propias de información e asesoramento á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias.

Organización, tratamento e arquivamento de documentación relativa ao servizo de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias.

Aplicación de técnicas de comunicación en situacións de información e asesoramento á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, e xestión de consultas, queixas e reclamacións.

Aplicación de técnicas de negociación en situacións de reclamacións, procurando alcanzar solucións de consenso entre as partes.

Participación en procesos de mediación e de arbitraje para solucionar situacións de conflito en materia de consumo.

Aplicación de métodos de avaliación e control de calidade dos procesos de atención e información á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias.

Elaboración de plans de calidade e de mellora do servizo de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias.

Recuperación de clientela perdida.

Fidelización de clientela.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse en:

Atención, información e asesoramento á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias.

Xestión e resolución de queixas e reclamacións.

Organización e control do departamento de atención á clientela e ás persoas consumidoras e usuarias de calquera empresa ou organización.

3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	Organización del departamento de atención al cliente	Servicios de atención al cliente, consumidor y usuario y las funciones del departamento de atención al cliente en una empresa, así como las distintas formas de organización de dicho departamento	18	17
2	Técnicas de comunicación na atención ao cliente	Conocimientos básicos sobre lo que son las técnicas de comunicación en la atención al cliente	18	17
3	Organización dun sistema de información	Organización de un sistema de información y como se debe aplicar éste. Importancia de la seguridad y el acceso a toda la documentación de la empresa. Ley orgánica de protección de datos y garantías de derechos digitales.	17	16
4	Organismos e institucións de protección ao consumidor e usuario	Identificación de los organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario, así como de las diferentes leyes que velan por sus derechos	17	17

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
5	Xestión de queixas e reclamacións	Tramitación y gestión de quejas y reclamaciones teniendo en cuenta la legislación vigente, así como su resolución aplicando técnicas de comunicación y negociación. Procedimientos de mediación y de arbitraje, como métodos de resolución de conflictos en materia de consumo	17	17
6	Plan de calidade do servizo de atención ao cliente/consumidor/usuario	Conocimientos sobre lo que es un plan de calidad del servicio de atención al cliente, así como la forma adecuada de tratar las incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención e información al cliente y qué procedimientos de control se aplicarán	17	16

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Organización del departamento de atención al cliente	18

4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Organiza o departamento de atención á clientela, definindo as súas funcións, a súa estrutura e a súa relación con outros departamentos, para transmitir a imaxe máis axeitada da empresa ou organización.	SI

4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Definíronse os conceptos de imaxe e identidade corporativa, e analizouse a súa transcendencia no posicionamento e na diferenciación da empresa ou organización.
CA1.2 Seleccionáronse os elementos fundamentais de atención á clientela, para transmitir a imaxe axeitada da empresa ou organización.
CA1.3 Establecéronse os obxectivos do departamento de atención á clientela e as súas funcións en diversos tipos de empresas e organizacións.
CA1.4 Definíronse as relacións do departamento de atención á clientela co de márketing, o de vendas e outros departamentos da empresa.
CA1.5 Diferenciáronse as estruturas organizativas en función das características e dos obxectivos da empresa ou organización.
CA1.6 Establecéronse as seccións ou áreas de actividade do servizo de atención á clientela e do servizo posvenda.
CA1.7 Elaboráronse organigramas de empresas de tipoloxía diversa, tendo en conta as súas características, a súa actividade e a súa estrutura organizativa.

Crterios de avaliación

CA1.8 Valorouse a posibilidade de externalizar o servizo de atención á clientela analizando as funcións dos contact centers e os servizos que prestan ás empresas ou organizacións.

4.1.e) Contidos
Contidos

Atención á clientela nas empresas e organizacións.

0Dependencia funcional. Relacións con outros departamentos.

Estruturas organizativas: organigramas; tipos.

Competencias xerais e específicas do persoal do departamento de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias.

Contact centers: funcións no sistema de relación coa clientela e servizos que prestan.

Márketing relacional e de relación coa clientela.

Xestión das relacións coa clientela.

Factores que inflúen na atención á clientela dunha empresa ou organización.

Identidade corporativa e imaxe de marca: posicionamento e diferenciación.

Servizos de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias. Seguimento da venda.

Servizo posvenda: información e asesoramento; atención de queixas e reclamacións.

Departamento de atención á clientela nas empresas e organizacións: obxectivos; estrutura e organización.

Funcións do departamento.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	Técnicas de comunicación na atención ao cliente	18

4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Utiliza técnicas de comunicación en situacións de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, proporcionándolle a información solicitada.	SI

4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Defínense o proceso de comunicación, os elementos que interveñen e os filtros e as barreiras que poidan xurdir nel.
CA2.2 Diferenciáronse as canles de comunicación interna e externa dunha empresa ou organización.
CA2.3 Descríbense as fases do proceso de atención ou información á clientela e as técnicas utilizadas en diferentes canles de comunicación.
CA2.4 Solicítouse a información requirida pola clientela a outros departamentos e/ou organismos, utilizando diversas canles de comunicación coa actitude e forma adecuadas a cada situación.
CA2.5 Transmitíronse mensaxes orais de atención a unha clientela suposta, adaptando a súa actitude e discurso ás persoas ou grupos a quen se dirixa, e prestándolle especial atención á comunicación non verbal.
CA2.6 Mantivéronse conversas telefónicas cunha suposta clientela, observando as normas de protocolo e utilizando as técnicas e as actitudes que favorezan o desenvolvemento da comunicación.
CA2.7 Confeccionáronse escritos de resposta a solicitudes de información en diferentes situacións de atención á clientela, utilizando técnicas, formalidades e actitudes axeitadas en cada situación.
CA2.8 Utilizouse o correo electrónico e a mensaxaría instantánea para contestar ás consultas da clientela, respectando as normas de protocolo e adoptando unha actitude axeitada en cada situación.

4.2.e) Contidos

Contidos
Comunicación na empresa: información e comunicación.
Comunicación escrita a través da rede (internet e intranet).
Correo electrónico e mensaxaría instantánea.
Comunicación en tempo real: chat e videoconferencia.
Comunicación diferida (foros).

Contidos
<p>Proceso de comunicación: elementos e fases.</p> <p>Tipos de comunicación: interna e externa, formal e informal.</p> <p>Comunicación en situacións de información á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias: actitudes e técnicas.</p> <p>Empatía e asertividade.</p> <p>Comunicación oral: normas para falar en público.</p> <p>Comunicación non verbal.</p> <p>Comunicación telefónica: regras; uso das novas tecnoloxías.</p> <p>Comunicación escrita: regras. Tipos de cartas e documentos escritos. Comunicacions formais.</p>

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Organización dun sistema de información	17

4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Organiza un sistema de información á clientela que optimice o custo e o tempo de tratamento e acceso a esta, aplicando técnicas de organización e arquivo manuais e informáticas.	SI

4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Descríbense as técnicas de organización e arquivo da información e a documentación, tanto manuais como informáticas.
CA3.2 Identifícanse as principais técnicas de catalogación e arquivo de documentación, analizando as súas vantaxes e os seus inconvenientes, en función do tipo de información, a súa utilización e o tempo de arquivo.
CA3.3 Clasifícanse os tipos de información en materia de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, discriminando a súa orixe e asignando o proceso de tramitación e organización axeitado.

Crterios de avaliación

CA3.4 Elaboráronse, actualizáronse e consultáronse bases de datos coa información salientable da clientela.

CA3.5 Manexáronse ferramentas de xestión das relacións coa clientela (CRM), de acordo coas especificacións recibidas.

CA3.6 Rexistrouse a información relativa ás consultas ou solicitudes da clientela na ferramenta de xestión adecuada.

CA3.7 Aplicáronse procedementos que garantan a seguridade e a integridade da información e a protección de datos, respectando a normativa.

CA3.8 Definíronse as canles de acceso á información en materia de atención á clientela, e analizáronse as características de cada unha.

4.3.e) Contidos**Contidos**

Técnicas de organización e arquivo de documentación. Necesidade, finalidade e funcións do arquivo.

0 Acceso á información. Realización de consultas.

Transmisión de información na empresa. Elaboración de informes.

Protección de datos: normativa legal.

Sistemas de clasificación, catalogación e arquivo de documentos.

Tipoloxía de arquivos: manuais e informáticos.

Tratamento e organización de documentos de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias.

Ficheiros de clientela.

Bases de datos: estrutura, funcións e tipos.

Bases de datos documentais.

Ferramentas de xestión das relacións coa clientela (CRM).

Manexo de bases de datos de clientela. Tratamento da información.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Organismos e institucións de protección ao consumidor e usuario	17

4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Identifica os organismos e as institucións de protección das persoas consumidoras e usuarias, e analízanse as competencias de cada un.	SI

4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA4.1 Defínese o concepto e o papel de persoa consumidora e usuaria.
CA4.2 Interpretouse a normativa comunitaria, estatal, autonómica e local que recolle os dereitos das persoas consumidoras e usuarias.
CA4.3 Identifícanse as institucións e os organismos públicos de protección das persoas consumidoras e usuarias, e describíronse as súas funcións e as súas competencias.
CA4.4 Identifícanse as principais entidades privadas de protección das persoas consumidoras, e explicáronse as súas funcións e as súas competencias.
CA4.5 Determináronse as fontes de información fiables que facilitan información en materia de consumo.
CA4.6 Interpretouse a normativa aplicable á xestión de queixas e reclamacións da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias en materia de consumo.

4.4.e) Contidos

Contidos
Concepto de persoa consumidora e usuaria.
Caracterización dos tipos de persoas consumidoras e usuarias.
Dereitos das persoas consumidoras.
Defensa das persoas consumidoras: normativa comunitaria, estatal, autonómica e local.

Contidos
Institucións públicas de protección das persoas consumidoras: tipoloxía, organigrama funcional e competencias.
Entidades privadas de protección das persoas consumidoras: tipoloxía, organigrama funcional e competencias.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Xestión de queixas e reclamacións	17

4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Xestiona as queixas e as reclamacións da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias, aplicando técnicas de comunicación e negociación, para alcanzar solucións de consenso entre as partes.	SI
RA6 - Describe os procesos de mediación e de arbitraje de consumo para resolver situacións de conflito en materia de consumo, aplicando a lexislación.	SI

4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA5.1 Caracterizáronse os tipos de consultas, queixas, reclamacións e denuncias da clientela máis habituais en materia de consumo.
CA5.2 Definiuse o procedemento, as fases, o xeito e os prazos do proceso de tramitación das queixas e reclamacións da clientela.
CA5.3 Identificáronse os elementos da reclamación ou denuncia, e informouse a clientela dos seus dereitos e dos posibles mecanismos de solución da reclamación, de acordo coa normativa.
CA5.4 Formalizouse a documentación necesaria para iniciar o trámite e cursar a reclamación ou denuncia cara aos departamentos ou organismos competentes, de acordo cos métodos establecidos.
CA5.5 Aplicáronse técnicas de comunicación na atención das queixas e das reclamacións, utilizando a escoita activa, a empatía e a asertividade.
CA5.6 Identificáronse as cláusulas do contrato susceptibles de negociación e elaborouse un plan de negociación que estableza os aspectos que cumpra negociar, a estratexia de negociación e os pasos que haxa que seguir.
CA5.7 Utilizáronse técnicas de negociación e actitudes que faciliten o acordo para xestionar as reclamacións da clientela.

Criterios de avaliación
CA5.8 Identifícaronse e formalizáronse con rigor os documentos relativos á xestión de queixas, reclamacións e denuncias.
CA5.9 Informouse a persoa reclamante acerca da situación e do resultado da queixa ou reclamación, de xeito oral, escrito ou por medios electrónicos.
CA6.1 Definíronse os conceptos de mediación e arbitraje de consumo, e explicáronse as súas similitudes e as súas diferenzas substanciais.
CA6.2 Identifícaronse as figuras que interveñen nos procesos de mediación e de arbitraje, e as funcións que desempeñan.
CA6.3 Describiuse o xeito de iniciar os procesos de mediación e de arbitraje, o seu desenvolvemento e os prazos habituais de resolución.
CA6.4 Diferenciouse entre arbitraje voluntaria ou facultativa, e obrigatoria ou de oficio.
CA6.5 Definiuse o concepto de laudo arbitral, a forma e os prazos do ditame.
CA6.6 Establecéronse os principais aspectos que cómpre ter en conta na redacción dunha acta de mediación.
CA6.7 Confeccionáronse os documentos correspondentes aos procesos de mediación e de arbitraje, e relacionáronse coa súa tramitación.
CA6.8 Describiuse un proceso de mediación, identificando o obxectivo, redactando a convocatoria, analizando a situación e o desenvolvemento do acto, e redactando a acta de mediación e o acordo de xeito claro e obxectivo.

4.5.e) Contidos

Contidos
Tipos de consultas, queixas, reclamacións e denuncias máis habituais en materia de consumo.
OPlan de negociación: fases, preparación, estratexia e desenvolvemento. Técnicas e tácticas de negociación nas reclamacións. Acordo.
Normativa en materia de consumo aplicable á xestión de reclamacións e denuncias.
Proceso de xestión de reclamacións e denuncias: fases.
Procedemento de recollida das reclamacións e denuncias: documentos necesarios ou probas.
Proceso de tramitación e xestión da reclamación: prazos e presentación ante os organismos competentes.
Reclamacións ante a Administración: actuación administrativa, actos administrativos e silencio administrativo.
Técnicas de comunicación en situacións de queixas e reclamacións.

Contidos
<p>Tratamento á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias ante as queixas e as reclamacións: escoita activa e empática, e asertividade.</p> <p>Negociación na resolución de queixas e reclamacións ou denuncias.</p> <p>Conceptos de mediación e arbitraje: características diferenciadoras.</p> <p>Situacións de conflito en materia de consumo en que se pode utilizar unha mediación.</p> <p>Proceso de mediación: persoas físicas e xurídicas que interveñen na negociación; requisitos exixibles; aspectos formais; procedemento.</p> <p>Situacións de conflito en materia de consumo en que se pode formular unha arbitraje.</p> <p>Proceso de arbitraje en materia de consumo: lexislación aplicable; persoas físicas e xurídicas que interveñen; aspectos formais; documentación. Tipos de arbitraje.</p> <p>Xuntas arbitrais: organigrama funcional e procedemento.</p> <p>Laudos arbitrais.</p>

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Plan de calidade do servizo de atención ao cliente/consumidor/usuario	17

4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA7 - Elabora un plan de calidade e de mellora do proceso de atención á clientela e ás persoas consumidoras e usuarias, aplicando técnicas de control e avaliación da eficacia do servizo.	SI

4.6.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA7.1 Identifícanse as principais incidencias, anomalías e demoras nos procesos de atención á clientela e na xestión de queixas e reclamacións.
CA7.2 Realízouse o seguimento do proceso de tramitación de queixas e reclamacións, e avaliáronse a forma e os prazos de resolución.
CA7.3 Aplicáronse técnicas para medir a eficacia do servizo prestado e o nivel de satisfacción da clientela.

Crterios de avaliación

CA7.4 Redactáronse informes cos resultados e as conclusións da avaliación da calidade, utilizando ferramentas informáticas.

CA7.5 Propuxéronse medidas correctoras para solucionar as anomalías detectadas e mellorar a calidade do servizo.

CA7.6 Elaborouse un plan de mellora da calidade que inclúa medidas para mellorar a calidade do servizo, respectando a lexislación.

CA7.7 Elaborouse un plan de recuperación de clientela perdida e definíronse as medidas aplicables.

CA7.8 Seleccionáronse as persoas susceptibles de ser incluídas nun programa de fidelización, utilizando a información dispoñible na ferramenta de xestión das relacións coa clientela (CRM).

CA7.9 Elaborouse un programa de fidelización de clientela, utilizando a aplicación informática dispoñible.

4.6.e) Contidos**Contidos**

Incidencias, anomalías e demoras no proceso de atención e información á clientela, e na resolución de queixas e reclamacións.

Tratamento das incidencias ou anomalías: medidas correctoras; prazos.

Procedementos de control do servizo de atención á clientela: parámetros e técnicas.

Avaliación do servizo de atención á clientela e aplicación de medidas correctoras.

Métodos para avaliar a eficacia do servizo e o nivel de satisfacción da clientela.

Normativa aplicable en materia de atención á clientela: lei de ordenación do comercio polo miúdo; lei de servizos da sociedade da información e o comercio electrónico; lei de protección de datos de carácter persoal.

Estratexias e técnicas de fidelización da clientela.

Programas de fidelización. Visitas de seguimento á clientela. Información, regalos, descontos e promocións. Servizos adicionais.

5. Mínimos exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

5.1. MÍNIMOS EXIXIBLES

Os mínimos exigibles son os reflectidos no apartado 4c da programación para cada unidade didáctica.

5.2. CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN NAS AVALIACIÓNS PARCIAIS TRIMESTRAIS

Os seguintes criterios teranse en conta á hora de calcular a cualificación de cada período de avaliación parcial (cada trimestre)

- REALIZACIÓN DAS TAREFAS ONLINE: 10%

Deberán ser enviadas en tempo e forma.

Non se terán en conta as tarefas enviadas fóra de prazo ou non enviadas a plataforma de FP a distancia.

Puntuación: cada tarefa se calificará como "apto/a" ou "non apto/a". A puntuación será de 0 a 10 en función das tarefas do trimestre superadas

- PROBAS ESCRITAS: UN EXAME POR CADA TRIMESTRE: 90%

Preguntas tipo test, de resposta breve e/ou exercicios prácticos.

Puntuación: do 0 a 10.

- Estes criterios de cualificación modifícanse en caso de que o alumno suspenda unha avaliación, tal e como se detalla no apartado 6 desta programación.

5.3. CUALIFICACIÓNS FINAL DO MÓDULO

A cualificación final do módulo obterase calculando a media das cualificacións trimestrais, tendo en conta o especificado para os alumnos que deban realizar os exames de recuperación.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

En caso de suspender algunha avaliación trimestral, o alumnado terá unha nova oportunidade de facelo no exame de Recuperación Final que se programará para o mes de xuño. Neste exame, terase dereito a recuperar o trimestre que non se aprobara ata esa data.

A cualificación obtida nese trimestre tralo exame de recuperación corresponderase coa nota da proba escrita presencial, é dicir, o criterio de cualificación será 100% nota do exame.

Os alumnos/as que suspenderon todas as avaliacións ou non se presentaron aos exames trimestrais, terán un exame global de todo o módulo. Neste caso o criterio de cualificación será 100% a nota do exame.

6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua

Non procede: neste tipo de ensinanzas, a asistencia é voluntaria.

7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente

Farase un seguimento mensual da programación e intentarase axustar as necesidades do grupo.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

A avaliación inicial permitirá coñecer todo o relacionado coa motivación do alumno/a, a actitude coa que se enfrenta ao proceso de ensinanza-aprendizaxe e os coñecementos que ten sobre a materia que se vai impartir. Para a súa aplicación empregaranse as ferramentas de comunicación dispoñibles na plataforma de FP a Distancia (mensaxería, chat, foro, etc.) e as comunicación presenciais que poidan producirse nas titorías colectivas.

8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados

Non se prevén medidas de reforzo educativo neste tipo de ensinanzas.

9. Aspectos transversais**9.a) Programación da educación en valores**

No desenvolvemento do proceso de ensinanza-aprendizaxe da FP a Distancia están implícitos o traballo por obxectivos, a responsabilidade, a autonomía e a autoesixencia. Por outra parte intentarán traballarse co alumnado outros valores importantes no mundo laboral: respecto ás normas, afán de mellora, xestión do tempo, comunicación oportuna e colaboración.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Neste curso non se preven.