

GUÍA DOCENTE

CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

COMT0110 ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y PLANIFICACIÓN DE LA EVALUACIÓN	4
3. SISTEMA DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL APRENDIZAJE.....	26
3.1 Instrucciones para la elaboración de los instrumentos de evaluación	28
4. INSTRUCCIONES PARA LA CUMPLIMENTACIÓN DE LOS DOCUMENTOS	29
5. REGISTRO DE LOS RESULTADOS	31
6. FUNCIÓN DE LOS/LAS FORMADORES/AS	33

1. INTRODUCCIÓN

Un **Certificado de Profesionalidad** es un documento que permite acreditar a un/a trabajador/a en una cualificación profesional del Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales (CNCP); por tanto, certifica las competencias profesionales que tiene el individuo para el desarrollo de una actividad laboral.

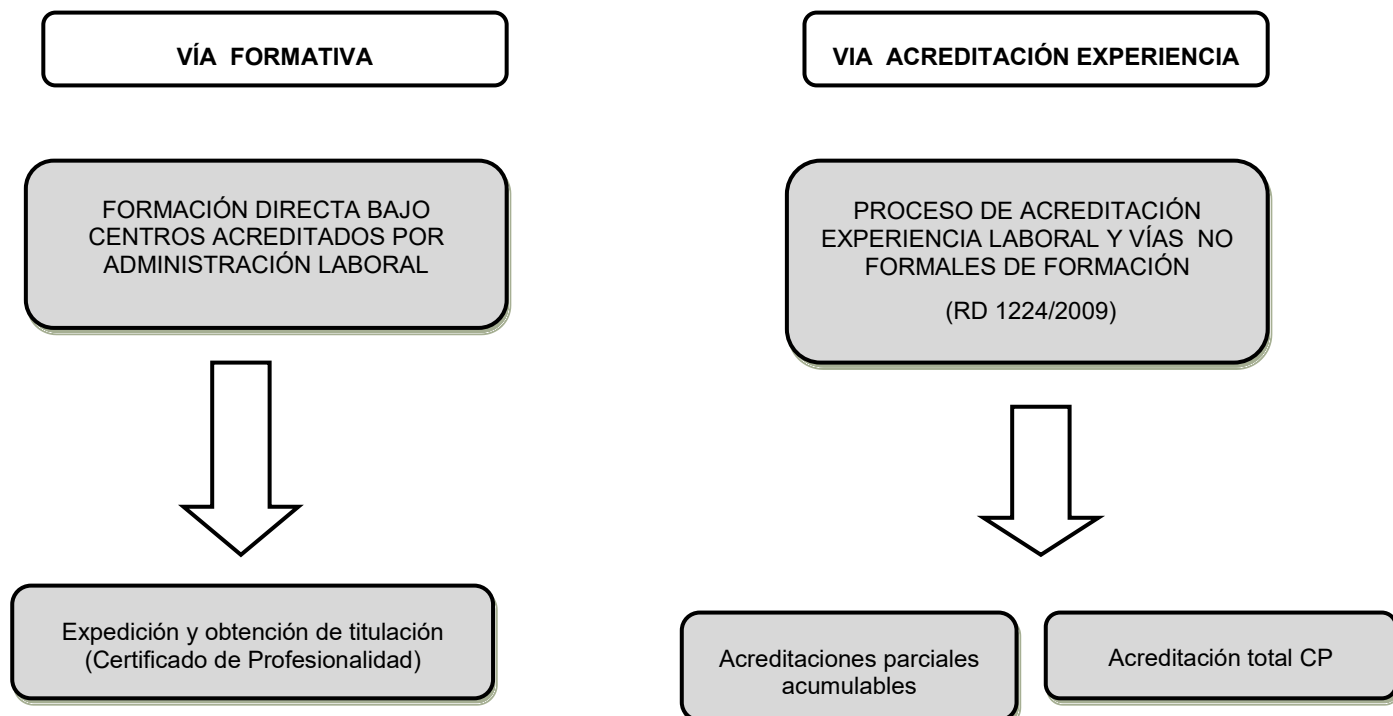
Este documento es emitido por el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) o por las Comunidades Autónomas y tiene validez a nivel nacional.

Poseer un Certificado de Profesionalidad supone el incremento del curriculum profesional, puesto que es un documento de carácter oficial que se valora en cualquier proceso de selección convocado por las Administraciones Públicas y acredita profesionalmente ante las empresas privadas.

Esta formación está regulada por el RD 34/2008, de 18 de enero, modificado por el RD 189/2013 de 15 de marzo y desarrollada en la Orden ESS/1897/2013, de 10 de octubre.

Los certificados se obtienen, por una parte, tras superar todos los módulos formativos que lo integran y, por otra, mediante los procedimientos para la evaluación y acreditación de las competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral o de vías no formales de formación, según se indica en el RD 1224/2009, de 17 de julio.

Dicha titulación es expedida directamente desde la Administración laboral competente mediante la presentación a pruebas para acreditar competencias laborales por el RD marcado anteriormente o bien, por la realización de formación asociada a los mismos a través del fichero de especialidades formativas que pueden impartirse en los centros de formación acreditados por los servicios de empleo correspondientes.



PROCESO DE OBTENCIÓN DE CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD

2. PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y PLANIFICACIÓN DE LA EVALUACIÓN

El certificado de profesionalidad **COMT0110 Atención al Cliente, consumidor o usuario** de 460 horas de duración, tiene como competencia general “*Gestionar y ejecutar los planes de atención al cliente/ consumidor/ usuario de bienes servicios, de acuerdo con la normativa y legislación vigente en materia de consumo, los procedimientos establecidos y las especificaciones recibidas.*”

El desarrollo de la acción formativa se estructura de la siguiente manera:

Módulo formativo	Unidad formativa	Unidades didácticas
MF0241_2 Información y atención al cliente/ consumidor/ usuario	UF0036 Gestión de la atención al cliente/ consumidor	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos de atención al cliente/ consumidor/ usuario - Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente/ consumidor/ usuario - Aspectos legales en relación con la atención al cliente/ consumidor/ usuario
	UF0037 Técnicas de información y atención al cliente/ consumidor	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión y tratamiento de la información del cliente/ consumidor/ usuario - Técnicas de comunicación a clientes/ consumidores/ usuarios
MF0245_3 Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo	No aplica	<ul style="list-style-type: none"> - Marco de protección del cliente, consumidor y usuario en consumo - Atención y gestión de consultas, reclamaciones y quejas en consumo - Mediación y arbitraje en materia de consumo - Comunicación en situaciones de queja y reclamaciones en consumo - Negociación y resolución ante una queja o reclamación de consumidores y usuarios - Control de la calidad del servicio de quejas y reclamaciones
MF0246_3 Organización de un sistema de información de consumo	UF1755 Sistemas de información y bases de datos en consumo	<ul style="list-style-type: none"> - Información y fuentes en consumo - Técnicas de búsqueda de información en consumo - Técnicas de catalogación y archivo de información y documentación aplicadas a los sistemas de información en consumo - Bases de datos y centros documentales en consumo

	UF1756 Documentación e informes en consumo	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de boletines y síntesis de información en consumo - Tratamiento de la información de consumo con procesadores de texto - Presentación de información en consumo con tablas - Presentación de información en consumo con gráficos
MF1002_2 Inglés profesional para actividades comerciales	No aplica	<ul style="list-style-type: none"> - Atención al cliente/ consumidor en inglés - Aplicación de técnicas de venta en inglés - Comunicación comercial escrita en inglés

Las capacidades y criterios de evaluación marcados en el RD 1522/2011 de 31 de octubre, por el que se regula el certificado de profesionalidad, se enmarcan dentro de las unidades didácticas tal y como se detalla a continuación:

MF0241_2 INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/ CONSUMIDOR/ USUARIO	
UNIDAD FORMATIVA	UF0036 Gestión de la atención al cliente/ consumidor
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>C1: Analizar las características de una empresa /organización para transmitir la imagen más adecuada.</p> <p>CE1.1 Identificar el concepto de imagen de la empresa.</p> <p>CE1.2 Identificar diferentes tipos de organigramas que se utilizan en función de los objetivos y características de la empresa / organización.</p> <p>CE1.3 A partir de las características de una empresa y unos criterios definidos confeccionar el organigrama.</p> <p>CE1.4 Describir las funciones del departamento de atención al cliente en diferentes tipos de empresas/ organizaciones y su función en el proceso de calidad.</p> <p>CE1.5 A partir de las características de una empresa relacionadas con su clientela, proveedores, posicionamiento, etc. Distinguir los elementos fundamentales para transmitir la imagen adecuada de la empresa.</p>	<p>1. Procesos de atención al cliente/consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> – Concepto y características de la función de atención al cliente: <ul style="list-style-type: none"> -Empresas fabricantes. -Empresas distribuidoras. -Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente. -El defensor del cliente: pautas y tendencias. – Dependencia funcional del departamento de atención al cliente: <ul style="list-style-type: none"> -Organización funcional de las empresas: Organigrama -Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas. – Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente: <ul style="list-style-type: none"> -Naturaleza. -Efectos. -Normativa: productos y ámbitos regulados. – El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente: <ul style="list-style-type: none"> -Marketing relacional. -Relaciones con clientes. -Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales. -Obtención y recogida de información del cliente. – Variables que influyen en la atención al cliente:

MF0241_2 INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/ CONSUMIDOR/ USUARIO	
UNIDAD FORMATIVA	UF0036 Gestión de la atención al cliente/ consumidor
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>C2: Aplicar los procedimientos adecuados para la obtención de información necesaria en la gestión de control de calidad del servicio prestado por una empresa/organización.</p> <p>CE2.1 Describir incidencias más comunes que pueden originarse en la prestación del servicio de una empresa/organización.</p> <p>CE2.2 Describir métodos utilizados habitualmente para evaluar la calidad del servicio prestado por una empresa / organización.</p> <p>CE2.3 Identificar condiciones idóneas de la prestación del servicio de la empresa/organización.</p> <p>CE2.4 Identificar procedimientos de transmisión de información dentro de la empresa/organización.</p> <p>CE2.5 A partir de unos datos de clientes y unas necesidades definidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar y sintetizar la información suministrada. - Confeccionar un informe, de acuerdo a una estructura definida, y de manera que la presentación sea clara, ordenada en su exposición y concisa. <p>CE2.6 A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado donde se produce un fallo en el producto y/o servicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar el departamento /persona responsable de dar solución a la situación creada en el caso de superar sus límites de actuación. - Elaborar un informe donde se recojan de manera estructurada y clara la situación detectada, conclusiones y alternativas que puedan suponer una mejora utilizando las herramientas de 	<ul style="list-style-type: none"> -Posicionamiento e imagen. -Relaciones públicas. - La información suministrada por el cliente. -Análisis comparativo. -Naturaleza de la información. -Cuestionarios. -Satisfacción del cliente. -Averías. -Reclamaciones. - Documentación implicada en la atención al cliente. - Servicio Post venta. <p>2. Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Procesos de calidad en la empresa. - Concepto y características de la calidad de servicio. -Importancia. -Objeto. -Calidad y satisfacción del cliente. - Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente. -Elementos de control. -Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente. -Medidas correctoras. <p>3. Aspectos legales en relación con la atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ordenación del Comercio Minorista: <ul style="list-style-type: none"> -Contenido -Implicaciones en la atención a clientes. - Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico <ul style="list-style-type: none"> -Contenido. -Implicaciones. - Protección de Datos: <ul style="list-style-type: none"> -Contenido -Implicaciones en las relaciones con clientes. - Protección al consumidor: <ul style="list-style-type: none"> -Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios. - Regulación autonómica y local de protección al consumidor.

MF0241_2 INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/ CONSUMIDOR/ USUARIO	
UNIDAD FORMATIVA	UF0036 Gestión de la atención al cliente/ consumidor
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
gestión e informáticas disponibles en la empresa.	

MF0241_2 INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/ CONSUMIDOR/ USUARIO	
UNIDAD FORMATIVA	UF0037 Técnicas de información y atención al cliente/ consumidor
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>C1: Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención/asesoramiento al cliente.</p> <p>CE1.1 Definir los parámetros que caracterizan la atención adecuada a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p> <p>CE1.2 Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de atención al cliente/ consumidor/ usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>CE1.3 Describir las fases que componen el proceso de atención al cliente/ consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>CE1.4 Relacionar los errores más habituales que se cometen en la comunicación no verbal.</p> <p>CE1.5 Describir la forma y actitud adecuada en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p> <p>CE1.6 A partir de la simulación de una situación de atención al cliente, convenientemente caracterizada:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Identificar los elementos de la comunicación y analizar el comportamiento del cliente. -Adaptar adecuadamente su actitud y discurso a la situación de la que se parte. -Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información. <p>CE1.7 A partir de un supuesto de solicitud de información a un determinado organismo o departamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elaborar el escrito que observe el tratamiento adecuado al organismo/empresa de forma clara y concisa en función de su finalidad. 	<p>2. Técnicas de comunicación a clientes/ consumidores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modelo de comunicación interpersonal: <ul style="list-style-type: none"> -Elementos: objetivos, sujetos y contenidos. -Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo. -Comunicación presencial y no presencial. - Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades - Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial. - Expresión verbal: <ul style="list-style-type: none"> -Calidad de la información. -Formas de presentación. -Expresión oral: dicción y entonación. - Comunicación no verbal <ul style="list-style-type: none"> -Comunicación corporal. - Empatía y asertividad: <ul style="list-style-type: none"> -Principios básicos -Escucha activa. - Comunicación no presencial: <ul style="list-style-type: none"> -Características y tipología. -Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica. -Expresión verbal a través del teléfono. -Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica -Reglas de la comunicación telefónica. -El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo - Comunicación escrita: <ul style="list-style-type: none"> -Cartas -Faxes -Correo electrónico: elementos clave. -Mensajería instantánea: características -Comunicación en las redes (Intra/Internet)

MF0241_2 INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/ CONSUMIDOR/ USUARIO	
UNIDAD FORMATIVA	UF0037 Técnicas de información y atención al cliente/ consumidor
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>CE1.8 Dado un tema concreto para exponer:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Expresarlo de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores. <p>CE1.9 En una supuesta conversación telefónica con un cliente, convenientemente caracterizada:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo. - Adaptar su actitud y conversación a la situación de la que se parte. - Obtener, en su caso, la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM). - Favorecer la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la comunicación. - Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM), en su caso. <p>CE1.10 En una supuesta consulta recibida por correo electrónico o mensajería instantánea de un cliente se procede a contestar por este medio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificarse e identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo. - Obtener, en su caso, la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM). - Adaptar su actitud a la situación de la que se parte. - Favorecer la comunicación escrita con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la misma. - Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM), en su caso. 	
<p>C2: Aplicar técnicas de organización de la información, tanto manuales con informáticas.</p> <p>CE2.1 Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.</p>	<p>1. Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor</p> <p>– Información del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Quejas. -Reclamaciones. -Cuestionarios de satisfacción.

MF0241_2 INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/ CONSUMIDOR/ USUARIO	
UNIDAD FORMATIVA	UF0037 Técnicas de información y atención al cliente/ consumidor
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>CE2.2 Explicar las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa/organización.</p> <p>CE2.3 A partir de datos e información proporcionada aplicar las técnicas de archivo manuales más utilizadas.</p> <p>CE2.4 A partir de un supuesto práctico y mediante la aplicación de un programa informático para el tratamiento y organización de la información utilizar las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el almacenamiento de datos.</p> <p>CE2.5 A partir de un supuesto convenientemente caracterizado registrar las incidencias, respuestas y reclamaciones producidas utilizando las herramientas manuales o informáticas proporcionadas.</p> <p>CE2.6 Diseñar un documento de recogida de información suministrada por los clientes en su relación con una empresa tipo.</p>	<p>– Archivo y registro de la información del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo. -Elaboración de ficheros. <p>– Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.</p> <p>– Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estructura y funciones de una base de datos. -Tipos de bases de datos. -Bases de datos documentales. -Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros. -Grabación, modificación y borrado de información. -Consulta de información. <p>– Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Procedimientos de protección de datos. <p>– Confección y presentación de informes</p>
<p>C3: Manejar como usuario aplicaciones informáticas de control y seguimiento de clientes o base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.</p> <p>CE3.1 Identificar y explicar la función de una base de datos.</p> <p>CE3.2 Dado un supuesto, identificar los campos que serían necesarios contemplar en una base de datos.</p> <p>CE3.3 Identificar los aspectos principales en los que inciden, la legislación vigente en relación con la organización de datos de carácter personal (Ley Orgánica de Protección de Datos LOPD, Ley de Servicios de la Sociedad de la Información LSSI).</p> <p>CE3.4 Acceder a la información almacenada a través de los procedimientos definidos.</p> <p>CE3.5 A partir de supuestos prácticos, convenientemente definidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar una base de datos/formularios sencillos, dados unos parámetros relacionados con información de clientes. - Registrar información en la base de 	<p>1. Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor</p> <p>– Información del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Quejas. -Reclamaciones. -Cuestionarios de satisfacción. <p>– Archivo y registro de la información del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo. -Elaboración de ficheros. <p>– Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.</p> <p>– Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estructura y funciones de una base de datos. -Tipos de bases de datos. -Bases de datos documentales. -Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros. -Grabación, modificación y borrado de información. -Consulta de información. <p>– Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Procedimientos de protección de datos.

MF0241_2 INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/ CONSUMIDOR/ USUARIO	
UNIDAD FORMATIVA	UF0037 Técnicas de información y atención al cliente/ consumidor
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>datos utilizando las funciones, procedimientos y herramientas que están a disposición del usuario.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cumplimentar formularios. -Realizar copias de seguridad de la información introducida en la aplicación informática. <p>CE3.6 Justificar la necesidad de conocer y utilizar periódicamente mecanismos o procedimientos de salvaguarda y protección de la información</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Confección y presentación de informes

MF0245_3 GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO	
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>C1: Analizar consultas /quejas/ reclamaciones en materia de consumo, obteniendo los datos de fuentes fiables, para deducir líneas de actuación y canalización de las mismas hacia los departamentos de empresa y/o los organismos competentes.</p> <p>CE1.1 Enumerar las principales instituciones y organismos públicos y privados de protección al consumidor y explicar su competencia.</p> <p>CE1.2 Describir las funciones del departamento de atención al consumidor en empresas industriales y comerciales.</p> <p>CE1.3 Describir las consultas, quejas y reclamaciones más habituales que presenta un consumidor.</p> <p>CE1.4 Identificar las fuentes de información más fiables que se utilizan en la función de orientación en consumo.</p> <p>CE1.5 Identificar los documentos que normalmente se utilizan en la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</p> <p>CE1.6 A partir de un supuesto práctico de petición de información por un consumidor/usuario en materia de consumo convenientemente caracterizado y con unos procedimientos definidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interpretar la petición de información. - Identificar y localizar la información que hay que suministrar. - Confeccionar correctamente un escrito de respuesta, utilizando, en su caso, medios electrónicos u otros canales de comunicación. 	<p>1. Marco de protección del cliente, consumidor y usuario en consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Normativa en defensa del consumidor: <ul style="list-style-type: none"> -Derechos y deberes. -Legislación Estatal, Autonómica y Local. -Legislación Comunitaria. - Instituciones y organismos de protección al consumidor: <ul style="list-style-type: none"> -Tipología. -Competencias. -Organigrama funcional. - Procedimientos de protección al consumidor: <ul style="list-style-type: none"> -Protección de datos y confidencialidad. -Transparencia de los procedimientos. <p>2. Atención y gestión de consultas, reclamaciones y quejas en consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente: <ul style="list-style-type: none"> -Naturaleza. -Efectos. - Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor. - Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias: <ul style="list-style-type: none"> -Elementos formales que contextualizan la reclamación. -Documentos necesarios o pruebas en una reclamación. -Configuración documental de la reclamación: hoja de reclamación. - Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y

MF0245_3 GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO	
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>CE1.7 En diferentes supuestos debidamente caracterizados en los que se simulan situaciones de atención al cliente explicitadas en forma de consultas /quejas /reclamaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Manifestar interés por satisfacer y atender eficazmente la demanda concreta. – Analizar el comportamiento del cliente/consumidor/usuario y caracterizarlo. – Utilizar la técnica de comunicación adecuada a la situación y al interlocutor. – Mostrar rigor en el manejo de fuentes de información y en la elaboración/cumplimentación de escritos. <p>CE1.8 Identificar la legislación vigente, los cambios que se producen en el campo legal y las consecuencias derivadas en su aplicación.</p>	<p>consumidores.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Proceso de tramitación y gestión de una reclamación: <ul style="list-style-type: none"> -Plazos de presentación. -Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes. -Gestión on-line. – Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones. <ul style="list-style-type: none"> -Fases del proceso de resolución. -Documentación que se genera. – La actuación administrativa y los actos administrativos: <ul style="list-style-type: none"> -Concepto y elementos. -Clases. -Eficacia de los actos. -El silencio administrativo. -Normativa específica que regula la actuación y actos administrativos.
<p>C2: Analizar los mecanismos de mediación/arbitraje para la solución de situaciones de conflicto en materia de consumo de acuerdo con la normativa vigente.</p> <p>CE2.1 Definir el concepto de mediación y el concepto de arbitraje y explicar las diferencias sustanciales entre ambos.</p> <p>CE2.2 Definir las figuras que intervienen en un proceso de arbitraje y las funciones de cada una de ellas.</p> <p>CE2.3 Explicar la forma de iniciar un proceso de mediación/arbitraje, su desarrollo y los plazos habituales para su resolución.</p> <p>CE2.4 Describir el concepto de laudo arbitral y la forma y plazos de su dictamen.</p> <p>CE2.5 Describir los principales aspectos que se han de tener en cuenta en la confección de un acta de mediación.</p> <p>CE2.6 Dado un supuesto de reclamación de un consumidor convenientemente caracterizado en el que se ha decidido el procedimiento de arbitraje para dar solución al conflicto:</p> <ul style="list-style-type: none"> –Confeccionar correctamente la convocatoria al acto de mediación/arbitraje. – Indicar tiempo y forma en el que se tiene que enviar. <p>CE2.7 En la simulación de un acto de mediación convenientemente</p>	<p>3. Mediación y arbitraje en materia de consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> – Conceptos y características: <ul style="list-style-type: none"> -Árbitro. -Mediador. -Partes implicadas. -Materias susceptibles de mediación/ arbitraje de consumo. – La mediación: <ul style="list-style-type: none"> -Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación. -Requisitos exigibles. -Procedimientos seguidos. – El arbitraje de consumo: <ul style="list-style-type: none"> -Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje <ul style="list-style-type: none"> -Ordenamiento jurídico de arbitraje nacional e internacional. -Organigrama funciona -Convenio arbitral: contenido, formalización y validez. -Institucionalización del arbitraje. -Juntas arbitrales. -Laudo arbitral. – Procedimientos de arbitraje en consumo: <ul style="list-style-type: none"> -Principios generales. -Fases: inicio, prueba, medidas cautelares y terminación. -Ventajas e inconvenientes. – Documentación en procesos de mediación y arbitraje: <ul style="list-style-type: none"> -Convocatoria. -Acta.

MF0245_3 GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO	
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>caracterizado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar el objetivo del acto. - Analizar la situación y desarrollo del acto, sintetizando la información obtenida y deduciendo lo esencial de la actividad. -Aplicar técnicas de negociación adecuadas a la situación definida y al interlocutor - Redactar de manera clara objetiva y concisa el acto y el consenso alcanzado. 	<p>-Resolución.</p>
<p>C3: Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de orientación/ información al cliente/consumidor/usuario, tanto en la gestión de quejas y reclamaciones individuales, como en las referidas a otros departamentos, instituciones u organismos.</p> <p>CE3.1 Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de mediación de reclamaciones en función del canal (oral, escrito o medios electrónicos).</p> <p>CE3.2 En una situación de simulación de una queja/reclamación, debidamente caracterizada en función de una tipología de clientes/consumidores/usuarios y de la aplicación de las técnicas de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Identificar los elementos de la queja/reclamación. - Argumentar las posibles vías de solución, según el tipo de situación y consumidor, y creando un clima de confianza con él. - Utilizar adecuadamente la escucha activa y las técnicas de asertividad. -Orientar sobre los mecanismos extrajudiciales posibles. -Identificar, de acuerdo con las reclamaciones, con qué departamento/s de la empresa y/u organismos se realizarían las gestiones, de acuerdo con los procedimientos establecidos. - Redactar los documentos necesarios para el inicio de los trámites de resolución, siguiendo los procedimientos establecidos 	<p>4. Comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones en consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conceptos: <ul style="list-style-type: none"> -Queja. -Reclamación. -Consulta. -Denuncia. -Partes intervinientes. - Caracterización del cliente/ consumidor/ usuario ante quejas y reclamaciones: <ul style="list-style-type: none"> -Situación, percepción, motivación: clima. -Tratamiento. - Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones: <ul style="list-style-type: none"> -Interpersonal. -Telefónica. -Escrita. -Telemática. - Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo: <ul style="list-style-type: none"> -Teoría de la argumentación: componentes, contexto y condiciones. -Dialéctica de la argumentación. -Negociación y sus técnicas de comunicación.
<p>C4: Aplicar técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo, persiguiendo soluciones de consenso entre las partes.</p> <p>CE4.1 Identificar y definir las técnicas de negociación más utilizadas para</p>	<p>5. Negociación y resolución ante una queja o reclamación de consumidores y usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor). - Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones.

MF0245_3 GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO	
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>solucionar reclamaciones presentadas en los departamentos de atención al cliente/consumidor/usuario.</p> <p>CE4.2 Identificar las diferentes etapas en un proceso de negociación.</p> <p>CE4.3 Distinguir los aspectos o cláusulas que figuran en un contrato de compraventa de un producto/ servicio, susceptibles de negociación y las que no lo son.</p> <p>CE4.4 En la simulación de una entrevista con un consumidor convenientemente caracterizada y establecida para negociar determinados aspectos de una reclamación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definir un plan de negociación. - Establecer las fases que se deben seguir. -Identificar los aspectos que hay que negociar y negociarlos. <p>CE4.5 A partir de supuestos prácticos de simulación, caracterizados adecuadamente sobre situaciones de reclamación en materia de consumo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seleccionar y aplicar la estrategia de negociación que parezca más adecuada para cada situación. - Adoptar actitudes objetivas que faciliten el acuerdo entre las partes. - Identificar la instancia competente para conocer y resolver la situación. - Tramitar con rigor, concisión y diligencia los escritos correspondientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Caracterización del proceso de negociación: <ul style="list-style-type: none"> -Tipos de clientes/consumidores/usuarios. -Factores influyentes. -Departamento gestor. -Trámites y documentación. - Planes de negociación: <ul style="list-style-type: none"> -Preparación. -Desarrollo. -Resolución.
<p>C5: Aplicar métodos de control de calidad y de mejora de los procesos de atención/información al cliente/consumidor/usuario, de manera que se reduzca el coste y el tiempo de atención y se facilite el acceso a la información.</p> <p>CE5.1 Describir incidencias comunes en los procesos de atención a clientes/consumidores/usuarios.</p> <p>CE5.2 Describir los métodos que habitualmente se utilizan para evaluar la eficacia en la prestación del servicio.</p> <p>CE5.3 En un caso práctico convenientemente caracterizado de anomalía detectada en procesos de atención/información a un cliente/consumidor, explicar posibles medidas para su resolución.</p> <p>CE5.4 En un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se describe el grado de ineficacia en</p>	<p>6. Control de la calidad del servicio de quejas y reclamaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tratamiento de las anomalías: <ul style="list-style-type: none"> -Principales incidencias/anomalías. -Forma. -Plazos. - Procedimientos de control del servicio: <ul style="list-style-type: none"> -Parámetros de control. -Técnicas de control. - Indicadores de calidad. - Evaluación y control del servicio: <ul style="list-style-type: none"> -Métodos de evaluación. -Medidas correctoras. - Análisis estadístico.

MF0245_3 GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO	
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>la prestación del servicio de atención a clientes/consumidores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir posibles medidas de corrección. - Identificar procedimientos aplicables para mejorar y optimizar la calidad de servicio. <p>CE5.5 En una simulación de un servicio de información/atención al cliente/ consumidor previamente definida:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar críticamente la actuación propia. - Incorporar sugerencias de los demás para la mejora de la actuación propia una actitud abierta y flexible ante los cambios. <p>CE5.6 Proponer acciones y respuestas dirigidas a mejorar la actividad del servicio, identificando los cambios que se producen en el ámbito legal y tecnológico.</p> <p>CE5.7 Canalizar y procesar los flujos de información del procedimiento en plazos y formas establecidos.</p>	

MF0246_3 ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO	
UNIDAD FORMATIVA	UF1755 Sistemas de información y bases de datos en consumo
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>C1: Aplicar los métodos de obtención de información relacionadas con el consumo de bienes y servicios.</p> <p>CE1.1 Identificar las fuentes de información oficiales en materia de consumo existentes a nivel europeo, nacional, autonómico y local utilizando motores de búsqueda <i>on-line</i>.</p> <p>CE1.2 Identificar los principales canales y medios de información, así como los medios de divulgación de la misma, analizando la normativa vigente en materia de consumo y los derechos del consumidor.</p> <p>CE1.3 Describir los parámetros esenciales que se deben analizar para juzgar la fiabilidad de una información recogida y fórmulas existentes para garantizar la veracidad de la información.</p> <p>CE1.4 Argumentar la importancia de garantizar la veracidad y vigencia de la información y fuentes de información en</p>	<p>1. Información y fuentes en consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tipos de fuentes e información en consumo. -Fuentes de información institucional en consumo: <ul style="list-style-type: none"> -Europea. -Nacional: el CIDOC (Centro de Información y -Documentación en Consumo) -Autonómica -Local - Fuentes de información primaria en consumo: <ul style="list-style-type: none"> -Monografías. -Informes técnicos. -Revistas (publicaciones periódicas o seriadas). -Catálogos de productos. -Normas. -Materiales no convencionales y otros -Encuestas a consumidores -Fuentes de información secundaria en consumo: <ul style="list-style-type: none"> -Índices bibliográficos.

MF0246_3 ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO	
UNIDAD FORMATIVA	UF1755 Sistemas de información y bases de datos en consumo
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>materia de consumo.</p> <p>CE1.5 Explicar las ventajas y desventajas de las fuentes de información primaria en materia de consumo.</p> <p>CE1.6 A partir de unos datos que caracterizan tres métodos y fuentes de información en materia de consumo:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Calcular relación coste/rendimiento de cada una de ellas, teniendo en cuenta precio, forma de acceso y soporte y seleccionar aquella cuya ratio sea la óptima. – Valorar la tensión existente entre el esfuerzo y la viabilidad de la obtención de la información. <p>CE1.7 Ante un supuesto práctico de demanda de información, convenientemente caracterizado:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Definir el objetivo de la demanda o necesidad de información y el público al que se destinará. – Identificar las fuentes de información oficial y sectorial fiables. – Buscar la información demandada utilizando la <i>web</i> y/o motores de búsqueda en la <i>web</i>. – Consultar catálogos de bibliotecas y hemerotecas a partir de tesauros en consumo, palabras clave, temas y subtemas. – Seleccionar el método de recogida de datos en función de su fiabilidad. – Discriminar la información y datos obtenida de las fuentes internas y/o externas a la organización según criterios o parámetros para garantizar su fiabilidad. – En caso de no haber obtenido la información proponer otras fuentes de información primaria y guion de la encuesta o entrevista. 	<ul style="list-style-type: none"> -Índices KWIC/KWOC. -Índices de contenidos. -Bases de datos (Bibliográficas-factuales-documentales). -Directorios. – Soportes de la información: <ul style="list-style-type: none"> -Impresos o escritos. -Edición electrónica. -Multimedia: información audiovisual. – Normativa reguladora del tratamiento de la información: <ul style="list-style-type: none"> -Propiedad intelectual. -Derechos de autor. -Protección de datos. <p>2. Técnicas de búsqueda de información en consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> –Tipos y herramientas de búsqueda de información: sitios Web, institucionales, páginas personales, foros y grupos de noticias. – Criterios de calidad, vigencia y fiabilidad de la información y sus fuentes. <ul style="list-style-type: none"> -Autoría -Filiación -Actualidad -Propósito -Audiencia -Legibilidad –Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información en consumo: <ul style="list-style-type: none"> -Variables de comparativa: precio, soporte, calidad, accesibilidad. -Estimación coste-rendimiento. – Buscadores de información <i>online</i>: <ul style="list-style-type: none"> -Bases de datos. -Directorios y bibliotecas virtuales. -Motores de búsqueda. -Metabuscadors.
<p>C2: Aplicar los procedimientos y métodos para organizar, tratar y archivar la información/documentación de consumo utilizando con eficacia aplicaciones informáticas de tratamiento y archivo de la información.</p> <p>CE2.1 Explicar los sistemas de organización y tratamiento de la información de consumo más utilizados y los emergentes.</p>	<p>3. Técnicas de catalogación y archivo de información y documentación aplicadas a los sistemas de información en consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> –Determinación de contenidos y tipo de documentos a archivar: casuística de la información en consumo. – Sistemas de registro de la información y documentación en consumo. <ul style="list-style-type: none"> -Conceptos y características. -Tipología. Reclamaciones u otra

MF0246_3 ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO	
UNIDAD FORMATIVA	UF1755 Sistemas de información y bases de datos en consumo
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>CE2.2 Explicar las principales funciones de un archivo documental o base de datos sobre un conjunto de reclamaciones o distintos documentos de información en materia de consumo.</p> <p>CE2.3 Describir los métodos fundamentales de registro, mantenimiento y actualización de la información en un fondo documental y la gestión proactiva de los sistemas de información de la organización.</p> <p>CE2.4 Argumentar las ventajas y desventajas de distintos paquetes de software empleados habitualmente para el tratamiento de la información y documentación.</p> <p>CE2.5 Explicar las principales técnicas de archivo/catalogación, relacionando ventajas e inconvenientes en función de la utilización, tiempo de archivo y tipo de información.</p> <p>CE2.6 A partir de un supuesto práctico, convenientemente caracterizado, en el que se dispone de información recogida de diferentes fuentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Clasificar los datos según el tipo de fuente de información de donde procedan. – Organizar la información aplicando normas de seguridad y calidad. – Aplicar técnicas adecuadas para organizar y archivar la información suministrada de forma que se facilite el acceso a la misma. – Utilizar adecuadamente las funciones de tratamiento y organización de la información de aplicaciones en un entorno de usuario. <p>CE2.7 Utilizar las funciones y utilidades de las aplicaciones informáticas y sistemas operativos que garanticen las normas de seguridad, integridad y confidencialidad de los datos.</p> <p>CE2.8 Explicar la normativa vigente y procedimientos idóneos para copiar y garantizar la seguridad e integridad de la información de un sistema de información de consumo de la organización.</p>	<p>documentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Flujo documental. -Fases: captación, registro, actualización, modificación y consulta. -Funciones y servicios que desarrollan. -Los archivos físicos e informáticos de la información. <p>–Ventajas e inconvenientes del soporte informático, frente a los soportes convencionales.</p> <p>– Grabación de archivos en distintos formatos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Textos. -Enriquecidos. -Web. -Imágenes. -Sonidos. -Videos <p>– Codificación de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Clasificación de documentos y -Niveles de acceso. <p>– Conservación de documentación obsoleta o histórica:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Vigencia de la documentación. -Destrucción de documentación obsoleta o histórica. -Archivo definitivo u otros. -Realización de copias de seguridad. <p>– Instrumentos de organización de información y documentación en consumo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Manual de Archivo y clasificación de documentos. -Catalogación e indización de documentos e información. <p>–Aspectos legales de la archivística y actualización normativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Normas en materia de seguridad, integridad y confidencialidad de la información. -Protección de datos. <p>4. Bases de datos y centros documentales en consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> – Centros documentales y/o bancos y bases de datos en consumo: el CIDOC. – Planificación y diseño de un sistema gestor de base de datos según productos y sectores. -Información a incorporar. -Estructura de la base de datos: relacionales y documentales. -Estructura y nomenclatura de las tablas en función del contenido.

MF0246_3 ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO

UNIDAD FORMATIVA	UF1755 Sistemas de información y bases de datos en consumo
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
	<ul style="list-style-type: none"> -Control de redundancia de la información. -Determinación de administrador/res responsable/s del sistema. -Claves y niveles acceso a usuarios. -Restricción de datos: niveles de consulta, actualizaciones, generación de informes. -Sistemas y controles de seguridad: pérdida, modificación o destrucción fortuita de datos. - Operaciones básicas de bases de datos en hojas de cálculo. -Apertura, cierre, compactación y reparación de una base de datos. -Cifrado y descifrado de una base. -Conversión de una base de datos. -Ordenación. -Filtrado. -Validaciones. -Formularios. -Informes. -Subtotales. -Consolidaciones e informes de tablas y gráficos dinámicos. -Vinculación de hojas de cálculo u otro tipo de tablas con bases de datos. - Comandos de las bases de datos. -Conceptos generales. -Comandos de manipulación y formato. -Análisis de datos: auditoría, referencia circular, formato condicional, escenarios, tablas, buscar objetivos, tablas dinámicas u otros. -Comandos de utilidad: buscar, reemplazar, proteger, hipervínculo, validación u otros. - Métodos de acceso, protección y control de la información por el usuario a través de las bases de datos. - Aplicación de distintos comandos de las bases de datos. -Búsquedas y consultas de información en materia de consumo. -Análisis de los resultados de las consultas a bases de datos. -Elaboración de informes de la base de datos en consumo. - Análisis de información y reclamaciones por sectores específicos. -Información estadística por tipo de sector y motivo de la reclamación

MF0246_3 ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO

UNIDAD FORMATIVA	UF1756 Documentación e informes en consumo
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>C1: Analizar la información y documentación relacionadas con el consumo y derechos del consumidor o usuario de bienes y servicios.</p> <p>CE1.1 Explicar el significado de la terminología específica habitual en la normativa y documentación específica de consumo.</p> <p>CE1.2 Explicar el significado de Tesauros en materia de consumo a nivel europeo y nacional.</p> <p>CE1.3 Ante un supuesto práctico de informe o folleto divulgativo en materia de consumo de un sector, producto y servicio de gran consumo o uso generalizado:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Identificar los aspectos relevantes de cara al consumidor/usuario de dichos productos/servicios. – Interpretar la terminología específica en materia de consumo. – Resumir el contenido del informe de forma sintética y ordenada. <p>CE1.4 Ante un supuesto práctico de normativa vigente en materia de consumo de un sector, producto y servicio de gran consumo o uso generalizado:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Identificar los aspectos relevantes de cara al consumidor/usuario de dichos productos/servicios. – Interpretar la terminología específica en materia de consumo. – Explicar el objeto y destinatarios de la normativa. – Resumir el contenido de la normativa de forma sintética y ordenada. <p>CE1.5 Ante un supuesto práctico de reclamación en materia de consumo de un sector, producto y servicio de gran consumo o uso generalizado:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Identificar los aspectos relevantes de la reclamación y condiciones y derechos del consumidor. – Interpretar la terminología específica en materia de consumo. – Explicar el objeto y demandas de la reclamación/queja. – Resumir el contenido de la reclamación de forma sintética y ordenada. 	<p>1. Elaboración de boletines y síntesis de información en consumo</p> <p>– Terminología de la documentación e información de consumo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tesauros y palabras claves en consumo y su normativa. -Lenguajes: normativos y documentales. <p>– Boletines de Información e Informes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Concepto. -Finalidad. -Estructura. -Composición. <p>– Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Forma. -Plazos. <p>– Técnicas y normas gramaticales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Corrección ortográfica y semántica. -Construcción de oraciones. -Normas de aplicación de siglas y abreviaturas. <p>– Herramientas para la corrección de textos: Diccionarios, gramáticas, diccionarios de sinónimos y antónimos y correcciones informáticas.</p> <p>– Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pautas de realización: concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y énfasis. -Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos. <p>– Redacción de documentos profesionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Lenguaje escrito. <p>– Contenido y su organización: fichas de contenido.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Resumen o síntesis <p>– Presentación de la documentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fuentes de origen. -Cronología. -Canales de comunicación y divulgación. -Internet/Intranet. <p>– Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Protección de datos. -Seguridad y confidencialidad.
<p>C2: Elaborar documentos específicos sobre consumo, integrando datos, textos y gráficos, con la organización, formato y presentación adecuados.</p> <p>CE2.1 Explicar los principales aspectos</p>	<p>1. Elaboración de boletines y síntesis de información en consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> – Terminología de la documentación e información de consumo: -Tesauros y palabras claves en consumo y su

MF0246_3 ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO	
UNIDAD FORMATIVA	UF1756 Documentación e informes en consumo
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>que se deben observar en la elaboración de un documento que recoja información de consumo, en cuanto a la forma, estructura y contenido.</p> <p>CE2.2 A partir de la lectura de varios documentos relacionados con un mismo tema en materia de consumo: legislación, folletos y artículos de revistas especializadas entre otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Sintetizar la información que contiene de acuerdo a la relevancia del tema para los consumidores y usuarios. <p>CE2.3 A partir de normativa o documentación específica, en materia de consumo, con referencias, datos bibliográficos, ideas principales y utilidades posibles de la misma:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Elaborar una ficha resumen con los aspectos más relevantes. <p>CE2.4 A partir de distintos boletines oficiales publicados por el Estado y/o en la Comunidad Autónoma en el periodo de un mes:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Interpretar la información que proporcionan y detectar los aspectos que afectan a los derechos de los consumidores y usuarios. – Ordenar y estructurar la información legislativa obtenida en una tabla o cuadro. – Confeccionar un boletín de legislación que recoja toda la normativa de consumo publicada en el periodo de tiempo dado. – Utilizar con eficacia y soltura la aplicación informática adecuada para la elaboración de tablas y el boletín. <p>CE2.5 Dadas unas referencias de distintas publicaciones semanales de ámbito europeo y nacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Interpretar la información referente a consumo, detectando los aspectos que afectan al consumidor/usuario. – Ordenar y estructurar la información de las noticias y artículos analizados en una tabla o cuadro. – Confeccionar un boletín de prensa que exponga claramente los contenidos seleccionados. – Utilizar con eficacia y soltura las herramientas, medios electrónicos y/o la aplicación informática más adecuada 	<p>normativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Lenguajes: normativos y documentales. – Boletines de Información e Informes: -Concepto. -Finalidad. -Estructura. -Composición. – Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación: -Forma. -Plazos. – Técnicas y normas gramaticales: -Corrección ortográfica y semántica. -Construcción de oraciones. -Normas de aplicación de siglas y abreviaturas. -Herramientas para la corrección de textos: Diccionarios, gramáticas, diccionarios de sinónimos y antónimos y correcciones informáticas. –Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita: -Pautas de realización: concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y énfasis. -Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos. – Redacción de documentos profesionales: -Lenguaje escrito. -Contenido y su organización: fichas de contenido. -Resumen o síntesis – Presentación de la documentación: -Fuentes de origen. -Cronología. -Canales de comunicación y divulgación. -Internet/Intranet. – Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo: -Protección de datos. -Seguridad y confidencialidad. <p>2. Tratamiento de la información de consumo con procesadores de texto</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aspecto de los caracteres y letras: -Tipo. -Tamaño. -Efectos. – Aspecto de un párrafo: -Alineación e interlineado.

MF0246_3 ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO	
UNIDAD FORMATIVA	UF1756 Documentación e informes en consumo
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>para procesar o sintetizar la información.</p> <p>CE2.6 En casos prácticos de confección de documentación de consumo, convenientemente caracterizados, y a partir de medios y aplicaciones informáticas en entornos de usuario:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Seleccionar el formato más adecuado a cada tipo de documentación/información, en razón de su finalidad y presentación final. – Presentar con diapositivas, con presentación animada con ordenador y sistema de proyección, presentación en papel. – Utilizar las funciones y procedimientos de las aplicaciones de tratamiento de texto necesario para la elaboración de documentación. – Utilizar las funciones y procedimientos de las aplicaciones de tratamiento de tablas, cuadros sinópticos o gráficos necesarios para la elaboración de documentación. – Utilizar la aplicación y/o en su caso, el entorno que permita y garantice la integración de texto, gráfico y datos. – Descubrir/reconocer y corregir los posibles errores cometidos al introducir y manipular los datos con el sistema informático, con la ayuda de alguna utilidad de la propia aplicación (corrector ortográfico, comparación de documentos u otros) – Presentar la documentación de acuerdo con su naturaleza. 	<ul style="list-style-type: none"> -Espacio anterior y posterior. -Sangrías y tabuladores en el texto. -Trabajo con la regla. -Listas numeradas. -Cambio de estilo, viñetas y otros. – Formato del documento: -Auto-formato. -Autocorrección. -Aplicación de manuales de estilo. – Edición de textos: -Configuración de encabezados y pies de página. -Inserción en ediciones de texto de: tablas, gráficos, organigramas, objetos e imágenes y otros. – Documentos profesionales: -Creación y uso de plantillas. -Tareas automatizadas. – Creación de un informe personalizado: -Asistente para informes. -Creación de un informe (en columnas, tabular o justificado). -Creación de un auto informe. – Creación de formularios: -Asistente para formularios. -Creación de un formulario: en columnas, tabulación, hojas de datos o justificado, formularios que incluye un subformulario. -Auto-formulario. -Apertura, cierre, cambio, almacenamiento, eliminación e impresión de un formulario. -Uso de filtros en formularios. – Impresión de textos. <p>3. Presentación de información en consumo con tablas</p> <ul style="list-style-type: none"> – Presentación de información con tablas: -Creación de una tabla. -Propiedades: añadir bordes y sombreado, combinación de celdas. -Importación, vinculación y exportación de tablas. – Edición de una tabla: -Movimiento. -Agregaciones y eliminaciones. -Búsquedas y reemplazos de datos. -Copias, cortes y pegados de datos. – Relaciones entre las tablas: -Índices. -Conversiones de texto y tablas. – Personalización de la vista Hoja de datos:

MF0246_3 ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO	
UNIDAD FORMATIVA	UF1756 Documentación e informes en consumo
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
	<ul style="list-style-type: none"> -Visualización y ocultación. -Cambio altura de filas y columnas. -Desplazamiento e inmovilización. - Impresión de una hoja de datos. <p>4. Presentación de información en consumo con gráficos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de representaciones gráficas: -Criterios de selección: legibilidad, representatividad, vistosidad. - Elementos presentes en los gráficos: -rangos o series del gráfico, título, leyenda, ejes, líneas de división, escalas, rótulos, fuentes, representación- - Configuración y modificación de los elementos. - Tipos de gráficos: -de líneas, de áreas, de barras, de columnas o histogramas, polígonos, ojivas, de anillos, de radar, de superficie, de dispersión, burbujas, representación de grafos, sectores o ciclograma, de movimiento, pictogramas u otros a partir de datos convenientemente tabulados. - Creación de un gráfico: -Selección del tipo de gráfico. -Selección de los rangos de datos. -Agregar una nueva serie de datos al gráfico. -Opciones del gráfico. -Ubicación del gráfico. - Modificación del gráfico: -Tipo de gráfico. -Datos de origen. -Opciones de gráfico. -Ubicación. -Agregar datos y línea de tendencia. -Vista en 3D. - Borrado de un gráfico. - Integración de gráficos en documentos.

MF1002_2 INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES	
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>C1: Interpretar la información de un discurso oral, en lengua estándar, tanto en vivo como retransmitido, en distintas situaciones-tipo de relación con un cliente/consumidor.</p> <p>CE1.1 Diferenciar la dicción fonética de la</p>	<p>1. Atención al cliente/consumidor en inglés</p> <ul style="list-style-type: none"> -Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes. -Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor:

MF1002_2 INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES	
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>terminología comercial básica habitual en las actividades comerciales.</p> <p>CE1.2 A partir de la audición de grabaciones orales de anuncios de productos/servicios para el consumo/venta identificar al menos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las características de productos: cantidades y cualidades - El precio - Los descuentos, recargos y - Las formas/modos de pago, entre otros. <p>CE1.3 A partir de la simulación de distintas situaciones habituales en las actividades de consumo y comercio, como por ejemplo una venta y una reclamación de productos, en lengua estándar y sin ruido, suficientemente caracterizada:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interpretar con exactitud las necesidades del cliente/ consumidor en cuanto a Características, cantidad y calidad de los productos. - Identificar los datos personales necesarios del cliente/ reclamante para satisfacer la operación con eficacia. 	<ul style="list-style-type: none"> -saludos, -presentaciones y -fórmulas de cortesía habituales. -Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita. -Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores: -Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes. -Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad. <p>2. Aplicación de técnicas de venta en inglés</p> <ul style="list-style-type: none"> -Presentación de productos/servicios: -Características de productos/servicios, -Medidas, -Cantidades, -Servicios añadidos, -Condiciones de pago y -Servicios postventa, entre otros. -Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores. -Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta: -Instrucciones de uso, -Precio, -Descuentos y -Recargos entre otros. -Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor. -Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica: -Fórmulas habituales en el argumentario de venta. -Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.
<p>C2: Interpretar de forma eficaz información relevante contenida en textos escritos documentos comerciales básicos utilizando las herramientas de interpretación manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas.</p> <p>CE2.1 Identificar el léxico habitual de las actividades de consumo y comercio de productos/servicios distinguiendo al menos: cantidades y cualidades de los productos, precios, recargos, descuentos y formas/modos de pago, derechos del consumidor, garantías y devoluciones entre otros.</p>	<p>3. Comunicación comercial escrita en inglés</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica: -Pedidos, -Facturas, -Recibos y -Hojas de reclamación. -Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés: -Hojas de pedido, -Facturas -Ofertas y -Reclamaciones entre otros.

MF1002_2 INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES	
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>CE2.2 Diferenciar las características del léxico técnico habitual en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - etiquetas, - manuales o instrucciones de uso de productos, - garantías, - argumentarios de venta, - faxes y cartas comerciales, - facturas, - hojas de reclamación y - recibos, entre otros. <p>CE2.3 A partir de la lectura de normativa básica europea en materia de comercio interior y consumo formulada en inglés resumir las líneas generales del texto con exactitud.</p> <p>CE2.4 A partir de la hoja de reclamación de un cliente, suficientemente caracterizada, identificar el objeto de la reclamación e información relevante de la misma:</p> <ul style="list-style-type: none"> - datos personales del reclamante - demanda del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> -Redacción de correspondencia comercial: -Ofertas y presentación de productos por correspondencia. -Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, respuesta a las reclamaciones, solicitud de prórroga y sus respuestas. -Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga. -Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés. -Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés. -Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta. -Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes: -Internet, -Fax, -Correo electrónico, -Carta u otros análogos
<p>C3: Producir mensajes orales en situaciones de relación con un cliente para satisfacer sus necesidades.</p> <p>CE3.1 Identificar las estructuras, fórmulas y pautas de educación y cortesía necesarias para la comunicación oral efectiva según distintos contextos socio profesionales en las actividades comerciales: preventa, venta, reclamación y postventa.</p> <p>CE3.2 En situaciones simuladas de actividades comerciales emitir mensajes orales con claridad y corrección fonética diferenciando distintos tonos, según distintos contextos socio profesionales comerciales mostrando interés, preocupación, pregunta y alegría entre otros.</p> <p>CE3.3 A partir de las características de un producto/servicio exponer de forma oral durante al menos 5 minutos la descripción del producto con exactitud y detalle suficiente.</p> <p>CE3.4 A partir de la simulación de la grabación de un pedido o venta telefónica de productos/servicios con un argumentario definido con claridad, emitir con claridad fonética y sintáctica las cuestiones planteadas en el pedido/argumentario</p>	<p>1. Atención al cliente/consumidor en inglés</p> <ul style="list-style-type: none"> -Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes. -Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor: -Saludos, -Presentaciones y -Fórmulas de cortesía habituales. -Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita. -Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores: -Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes. -Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad. <p>2. Aplicación de técnicas de venta en inglés</p> <ul style="list-style-type: none"> -Presentación de productos/servicios: -Características de productos/servicios, -Medidas, -Cantidades, -Servicios añadidos, -Condiciones de pago y -Servicios postventa, entre otros. -Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores. -Fórmulas para la expresión y comparación de

MF1002_2 INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES	
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
	<p>condiciones de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Instrucciones de uso, -Precio, -Descuentos y -Recargos entre otros. -Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor. -Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica: -Fórmulas habituales en el argumentario de venta. -Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.
<p>C4: Redactar y cumplimentar documentación comercial básica utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas.</p> <p>CE4.1 Identificar las características de los diferentes lenguajes y léxico técnico habitual en los documentos comerciales básicos: cartas, facturas, órdenes de pedido, recibos y hojas de reclamación entre otros.</p> <p>CE4.2 Identificar las expresiones, estructura y formas de presentación utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial y hojas de reclamación de clientes/consumidores/usuarios.</p> <p>CE4.3 Diferenciar las estructuras más formales e informales utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial.</p> <p>CE4.4 A partir de distintos supuestos de actividades comerciales con un cliente/consumidor, redactar una carta comercial de acuerdo a los usos habituales en las empresas considerando al menos: datos del remitente, objeto de la carta, solicitud/respuesta de información de productos sobre cantidades y calidades del producto precios, descuentos por pronto pago entre otros.</p> <p>CE4.5 A partir de un supuesto de actividades comerciales suficientemente caracterizada, cumplimentar la documentación comercial básica en inglés:</p> <ul style="list-style-type: none"> - una orden de pedido con especificación de cantidades y características, - una factura, 	<p>3. Comunicación comercial escrita en inglés</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica: -Pedidos. -Facturas. -Recibos. -Hojas de reclamación. -Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés: -Hojas de pedido. -Facturas. -Ofertas. -Reclamaciones entre otros. -Redacción de correspondencia comercial: -Ofertas y presentación de productos por correspondencia. -Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, respuesta a la reclamaciones, solicitud de prórroga y sus respuestas. -Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros d naturaleza análoga. -Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos d comunicación interna en la empresa en inglés. -Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés. -Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta. -Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes: -Internet. -Fax. -Correo electrónico. -Carta u otros análogos.

MF1002_2 INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES	
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>- un cheque.</p> <p>CE4.6 A partir de la simulación de una reclamación suficientemente caracterizada de un cliente/consumidor redactar, con sencillez y exactitud utilizando un lenguaje, ágil y abreviado, los documentos de comunicación: faxes, correos electrónicos y/o mensajes, internos y externos, al cliente y responsables de la reclamación respectivamente para resolver dicha reclamación.</p>	
<p>C5: Interactuar oralmente con fluidez y espontaneidad, en situaciones de relación de comunicación interpersonal con un cliente/consumidor.</p> <p>CE5.1 Describir las estructuras, fórmulas y pautas de educación y cortesía necesarias para la comunicación oral efectiva con un cliente/consumidor según distintas características socioculturales de clientes de distinta nacionalidad: hindú, chino, árabe, latino, europeo y norteamericano entre otros.</p> <p>CE5.2 Diferenciar las costumbres y usos socio-profesionales habituales en las relaciones con clientes de distintas nacionalidades diferenciando al menos la cultura oriental, occidental y árabe.</p> <p>CE5.3 Describir las variables socioculturales que difieren entre distintos clientes de distinta nacionalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Costumbres horarias - Hábitos profesionales - Normas de protocolo del país - Estructura jerárquica y relaciones socio profesionales con los clientes. <p>CE5.4 Explicar los problemas más habituales que se pueden dar en las actividades comerciales si no se adapta el mensaje oral al contexto sociocultural del cliente/consumidor.</p> <p>CE5.5 A partir de la simulación de una situación-tipo de actividades de comercio con un cliente, suficientemente caracterizada:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificarse e identificar al interlocutor observando las normas de protocolo y cortesía adecuados al cliente. - Solicitar del interlocutor aclaraciones e información adicional utilizando las expresiones y pautas de cortesía y protocolo habituales. 	<p>1. Atención al cliente/consumidor en inglés</p> <ul style="list-style-type: none"> -Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes. -Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor: -Saludos. -Presentaciones. -Fórmulas de cortesía habituales. -Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita. -Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores: -Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes. -Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad. <p>2. Aplicación de técnicas de venta en inglés</p> <ul style="list-style-type: none"> -Presentación de productos/servicios: -Características de productos/servicios. -Medidas. -Cantidades. -Servicios añadidos. -Condiciones de pago. -Servicios postventa, entre otros. -Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores. -Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta: -Instrucciones de uso. -Precio. -Descuentos. -Recargos entre otros. -Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor. -Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica: -Fórmulas habituales en el argumentario de venta.

MF1002_2 INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES	
Capacidades y Criterios de evaluación	Unidades didácticas
<p>- Exponer oralmente con claridad las características técnicas y condiciones de los productos/servicios ofertados utilizando las expresiones orales más habituales.</p> <p>- Despedirse utilizando pautas de cortesía y protocolo habituales en la venta.</p> <p>CE5.6 A partir de la simulación de una reclamación de productos/servicios, presencial o a través de teléfono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obtener los datos relevantes del interlocutor. - Rebatir las objeciones y reclamaciones del cliente con claridad utilizando las normas de cortesía y protocolo para justificar las ausencias, errores o faltas del producto/servicios. - Utilizar correctamente frases de cortesía, acuerdo y desacuerdo. - Adoptar las fórmulas de cortesía y usos habituales para resolver la reclamación con eficacia. 	<p>-Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.</p>

A medida que se avance en el desarrollo de las unidades didácticas, el/la docente deberá evaluar a los/las alumnos/as en relación a estas capacidades.

El sistema de evaluación se define en el apartado siguiente.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL APRENDIZAJE

La evaluación de la adquisición de las capacidades y competencias del módulo formativo se llevará a cabo mediante:

- Evaluación continua
- Evaluación final

La evaluación continua está formada por las actividades y supuestos prácticos realizados en el aula.

Entendemos por supuestos prácticos los ejercicios basados en casos reales, simulaciones o situaciones descritas previamente y de manera detallada sobre la que el/la alumno/a debe plantear una solución o propuesta.

En cuanto a las actividades, son ejercicios con un breve planteamiento y de ejecución o resolución inmediata.

Esta evaluación continua, es el resultado de la media obtenida entre las distintas puntuaciones de las pruebas establecidas y suponen un 30% de peso en la nota final.

Por otro lado, la evaluación final consistirá en una prueba de evaluación de todo el módulo formativo. Esta prueba es de carácter teórico práctico y estará compuesta por preguntas

abiertas, así como por pequeños supuestos prácticos. En ella se verán representadas todas las capacidades y unidades didácticas.

El peso de esta prueba es del 70%. En caso de que algún/alguna alumno/a no supere la prueba final, se programará una segunda convocatoria.

Cada una de estas pruebas da respuesta a las capacidades establecidas en el Real Decreto de referencia.

Tanto los ejercicios que componen la evaluación continua, como la prueba de evaluación final, se puntuarán en una escala de 0 a 10, siendo 5 la puntuación mínima para superarla.

El resultado final del módulo se valorará en función de los siguientes baremos:

RESULTADO	PUNTUACIÓN
No apto	De 0 a 4'99
Apto (Suficiente)	De 5 a 6'99
Apto (Notable)	De 7 a 8'99
Apto (Sobresaliente)	De 9 a 10

El registro de los resultados obtenidos de cada prueba se llevará a cabo en el documento denominado **Acta de Evaluación**.

A continuación, se indican las pruebas mínimas a realizar en cada módulo y unidad formativa:

MÓDULOS FORMATIVOS	UNIDADES FORMATIVAS	PRUEBAS DE EVALUACIÓN
MF0241_2 Información y atención al cliente/ consumidor/ usuario	UF0036 Gestión de la atención al cliente/consumidor	-Examen de la UF0036 -Actividad 1 "Imagen de empresa/organización" (Capacidad 1) -Supuesto práctico 1 "Calidad del servicio" (Capacidad 2)
	UF0037 Técnicas de información y atención al cliente/ consumidor	-Examen de la UF0037 -Supuesto práctico 1 "Técnicas de comunicación" (Capacidad 1) -Supuesto práctico 2 "Organización de información y manejo de aplicaciones informáticas" (Capacidades 2 y 3)
MF0245_3 Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo	No aplica	-Examen del MF0245_3 -Actividad 1 "Reclamaciones habituales" (Capacidad 1) -Supuesto práctico 1 "Comunicación, mediación y negociación" (Capacidades 2, 3 y 4) -Actividad 2 "Control de calidad y mejora de los procesos de atención" (Capacidad 5)
MF0246_3 Organización de un sistema de información de	UF1755 Sistemas de información y bases de datos en consumo	-Examen de la UF1755 -Actividad 1 "Obtención de información" (Capacidad 1) -Supuesto práctico 1 "Organización y archivo de documentación" (Capacidad 2)

MÓDULOS FORMATIVOS	UNIDADES FORMATIVAS	PRUEBAS DE EVALUACIÓN
consumo	UF1756 Documentación e informes en consumo	-Examen de la UF1756 -Actividad 1 "Análisis de información y documentación" (Capacidad 1) -Supuesto práctico 1 "Elaboración de documentación" (Capacidad 2)
MF1002_2 Inglés profesional para actividades comerciales	No aplica	-Examen del MF1002_2 -Supuesto práctico 1 "Interpretación de la información de un discurso oral en inglés de una actividad comercial" (Capacidades 1 y 3) -Supuesto práctico 2 "Textos escritos y documentación comercial básica en inglés para actividades comerciales" (Capacidades 2 y 4) -Supuesto práctico 3 "Interacción oral en inglés con clientes/as en actividades comerciales" (Capacidad 5)

3.1 Instrucciones para la elaboración de los instrumentos de evaluación

Los tipos de ejercicios evaluables que se tendrán en cuenta en la evaluación continua serán:

- Supuestos prácticos
- Actividades

Al menos debe realizarse un instrumento por cada 30 horas de curso.

En el caso de la evaluación final, el ejercicio a realizar será:

- Prueba de evaluación final

A continuación, se describe detalladamente las pautas para la elaboración de estos instrumentos de evaluación.

A) Supuestos prácticos

Definimos un supuesto práctico como un ejercicio en el que se parte de una situación descrita de manera detallada sobre la cual el/la alumno/a debe plantear una solución o una propuesta de resolución.

Para la elaboración de este tipo de instrumento es necesario indicar un punto de partida para situar al/la alumno/a en un contexto determinado y a partir de ahí realizar preguntas para que el/la alumno/a pueda poner en práctica los conocimientos adquiridos y pueda demostrarse que supera la capacidad indicada.

Todo supuesto práctico debe, por tanto, constar de un enunciado del ejercicio y, en caso de ser necesario, información relativa al mismo para poder realizarlo.

Además, se debe aportar un modelo con la respuesta. En el caso de que no exista una respuesta única, este modelo debe mostrar instrucciones de realización del ejercicio o descripción de los pasos que debe dar el/la alumno/a para llegar a una resolución en el caso. A pesar de ser un ejercicio de corrección subjetiva debe indicarse los puntos críticos que ha de incluir la solución del/de la alumno/a para considerarse válido el ejercicio y evidenciar que da respuesta a la capacidad correspondiente.

B) Actividades

Definíamos las actividades como pequeños ejercicios con un breve planteamiento sobre el cual el/la alumno/a plantea una solución. Pueden incluirse dentro de las actividades el análisis de una normativa, la búsqueda de información, selección de herramientas...

Las actividades deben incluir un enunciado del ejercicio y, en caso de ser necesario, información relativa al mismo para poder realizarlo.

Además, se debe aportar un modelo con la respuesta. En el caso de que no exista una respuesta única, este modelo debe mostrar instrucciones de realización del ejercicio o descripción de los pasos que debe dar el/la alumno/a para llegar a una resolución en el caso. A pesar de ser un ejercicio de corrección subjetiva debe indicarse los puntos críticos que ha de incluir la solución del/de la alumno/a para considerarse válido el ejercicio y evidenciar que da respuesta a la capacidad o capacidades correspondientes.

C) Prueba de evaluación final

La Orden ESS/1897/2013 indica que:

“Al término de cada módulo formativo se aplicará una prueba de evaluación final de carácter teórico-práctico que estará referida al conjunto de las capacidades, criterios de evaluación y contenidos asociados a dicho módulo.

(...)

Cuando el módulo se estructure en unidades formativas, la citada prueba se configurará de manera que permita identificar la puntuación obtenida en cada una de ellas.”

Es decir, los/las alumnos/as deben presentarse a un examen o prueba de evaluación final por cada Módulo Formativo y en caso de que ese módulo esté formado por varias Unidades Formativas, el examen estará diferenciado de manera que se pueda asignar una puntuación a cada Unidad Formativa.

El mínimo de preguntas/ejercicios que debe tener una prueba de evaluación es de 5. Las características de las mismas son:

- Únicamente se realizarán preguntas de respuesta abierta y de desarrollo.
- Se deben incluir siempre algún ejercicio de carácter práctico.
- Debe indicarse en cada pregunta la capacidad con la cual se relaciona y la puntuación de cada una.
- El examen se puntúa de 0 a 10, siendo la nota mínima para superarlo de 5.

Además, se debe aportar un modelo con la respuesta. En el caso de que no exista una respuesta única, este modelo debe mostrar instrucciones de realización del ejercicio o descripción de los pasos que debe dar el/la alumno/a para llegar a una resolución en el caso. A pesar de ser un ejercicio de corrección subjetiva debe indicarse los puntos críticos que ha de incluir la solución del/de la alumno/a para considerarse válido el ejercicio y evidenciar que da respuesta a la capacidad.

Teniendo en cuenta que la normativa contempla dos convocatorias de examen, se deben entregar dos modelos de examen diferentes por UF/MF.

4. INSTRUCCIONES PARA LA CUMPLIMENTACIÓN DE LOS DOCUMENTOS

El/la docente debe disponer de los siguientes documentos:

- Anexo. Planificación didáctica
- Anexo. Programación didáctica

- Anexo. Planificación de la evaluación del aprendizaje
- Anexo. Informe de evaluación individualizado
- Anexo. Acta de evaluación

De estos documentos, el/la docente debe completar o cumplimentar los siguientes de la manera que se indica.

A) Anexo. Programación didáctica

Se hará entrega al/la docente de este documento preelaborado, en cual deberá concretar:

- Estrategias metodológicas, actividades de aprendizajes y recursos didácticos: adaptando el texto preelaborado a las actividades y ejercicios que va a realizar.
- Espacios, instalaciones y equipamientos: añadiendo lo que considere necesario para el desarrollo de las actividades y contenidos en el aula.


UNIDAD FORMATIVA	UF0036 Gestión de la atención al cliente/consumidor	HORAS	60
Objetivos específicos Logro de las siguientes capacidades ajustándose a los criterios de evaluación ¹	Contenidos²	Estrategias metodológicas, actividades de aprendizaje y recursos didácticos³	Espacios, instalaciones y equipamiento⁴
C1: Analizar las características de una empresa /organización para transmitir la imagen más adecuada. CE1.1 Identificar el concepto de imagen de la empresa. CE1.2 Identificar diferentes tipos de organigramas que se utilizan en	1. Procesos de atención al cliente/consumidor – Concepto y características de la función de atención al cliente: -Empresas fabricantes. -Empresas distribuidoras. -Empresas de relaciones con clientes y	La estrategia metodológica empleada sigue, en todo momento, las indicaciones establecidas en la Orden ESS/1897/2013, del 10 de octubre, por la que se desarrolla el Real Decreto 34/2008, del 18 de enero, por lo que se regulan los certificados de	Según se establece en el apartado V relativo a los requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos del RD 1522/2011, de 31 de octubre, para el desarrollo de esta

B) Anexo. Planificación de la evaluación del aprendizaje

En este documento el/la docente cumplimentará los siguientes apartados, teniendo en cuenta las instrucciones indicadas en el apartado 3.1 Instrucciones para la elaboración de los instrumentos de evaluación:

- Actividades e instrumentos de evaluación. Se incluirán los instrumentos evaluables a realizar en el aula con una denominación sintética y una descripción breve, indicando la capacidad o capacidades a la/s que hace referencia. (Por ejemplo: Supuesto Práctico “Procesos de la creación de documentos” consistente en la realización de un esquema y redacción de un documento de especificaciones sobre calidad” (Capacidad X)).

- Prueba de evaluación final de módulo. Se describirá el tipo de examen a realizar (Por ejemplo: Prueba de evaluación teórico-práctica del módulo en el que se recogen preguntas de desarrollo y relación de conceptos de los productos editoriales multimedia, documentos de especificaciones, libros de estilo, estándares de calidad, indicadores y tipos de riesgos durante la ejecución de productos editoriales multimedia (Capacidad X))
- Espacios. Se indicará el aula necesaria para la realización de ese instrumento.
- Duración. Se detallará la duración estimada en horas o minutos del instrumento.
- Fechas de evaluación. Se establecerá la fecha prevista en la que se evaluará al alumno/a.






PLANIFICACIÓN DE LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DE LA ACCIÓN FORMATIVA

Apartado séptimo punto 1.b.1 de la Resolución de 28 de agosto de 2018 del Presidente del Servicio Público de Empleo de Castilla y León, por la que se convocan subvenciones, cofinanciadas por el Fondo Social Europeo, en el Programa de Orientación, Formación e Inserción (OFI) para el año 2018.

CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD: COMT0110 ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO

DURACIÓN DEL CERTIFICADO: 460 horas FECHAS DE IMPARTICIÓN: de 00/00/00 a 00/00/00

CENTRO DE FORMACIÓN:

DIRECCIÓN: LOCALIDAD: PROVINCIA:

MÓDULO FORMATIVO	UNIDADES FORMATIVAS	DURANTE EL PROCESO DE APRENDIZAJE ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN ¹	Realización de la evaluación		
			Espacios	Duración	Fechas de evaluación ²
MF0241_2 Información y atención al cliente/ consumidor/ usuario	UF0036 Gestión de la atención al cliente/ consumidor	Actividad 1 "Imagen de empresa/organización" consistente en la identificación y análisis de las características de una empresa/organización determinada para transmitir la imagen más adecuada de la misma. (Capacidad 1)	Aula técnica de gestión e idiomas	1 Hora	00/00/00
		Supuesto práctico 1 "Calidad del servicio" donde a partir de la descripción de un servicio prestado por una empresa, el alumnado aplicará los procedimientos para obtener la información necesaria en la gestión de control de calidad. (Capacidad 2)	Aula técnica de gestión e idiomas	2 Horas	00/00/00
	UF0037 Técnicas de información y atención al	Supuesto práctico 1 "Técnicas de comunicación" en el que, partiendo de varias situaciones de atención/asesoramiento a clientes/as establecidas por el/la docente, el alumnado realizará un "rol-playing" en el que aplicará las técnicas de comunicación adecuadas a cada caso. (Capacidad 1)	Aula técnica de gestión e idiomas	2 Horas	00/00/00

5. REGISTRO DE LOS RESULTADOS

Las pruebas de evaluación se elaboran teniendo en cuenta las **Capacidades (C)** y **Criterios de Evaluación (CE)** recogidos en el Apartado III del Anexo IV del RD 1522/2011, de 31 de octubre.

Para el registro de las puntuaciones, el/la docente contará con un acta en la que se registrarán las puntuaciones individuales de cada alumno/a (Anexo VI):

INFORME DE EVALUACIÓN INDIVIDUALIZADO

Apartado séptimo punto 1.b.4 de la Resolución de 28 de agosto de 2018 del Presidente del Servicio Público de Empleo de Castilla y León, por la que se convocan subvenciones, cofinanciadas por el Fondo Social Europeo, en el Programa de Orientación, Formación e Inserción (OFI) para el año 2018.

CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD: COMT0110 ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO

DURACIÓN DEL CERTIFICADO: 460 horas

FECHAS DE IMPARTICIÓN: de 00/00/00 a 00/00/00

CENTRO DE FORMACIÓN:

DIRECCIÓN: LOCALIDAD: PROVINCIA:

Nombre y apellidos del alumno/a:	EVALUACIÓN DURANTE EL PROCESO DE APRENDIZAJE					PRUEBA DE EVALUACIÓN FINAL DEL MÓDULO		CALIFICACIÓN FINAL DEL MÓDULO ⁵				
MÓDULOS FORMATIVOS	Resultados en las actividades e instrumentos de evaluación ¹					Puntuación Media ²	1ª Convocatoria ³		2ª Convocatoria ⁴			
	E ₁	E ₂	E ₃	E ₄	...							
MF0241_2 Información y atención al cliente/ consumidor/ usuario	Resultados en las actividades e instrumentos de evaluación ¹					Puntuación Media ²	1ª Convocatoria ³	2ª Convocatoria ⁴	CALIFICACIÓN FINAL DEL MÓDULO ⁵			
	UF1			-	-					-		
	UF2			-	-					-		
MF0245_3 Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo	Resultados en las actividades e instrumentos de evaluación ¹					Puntuación Media ²	1ª Convocatoria ³	2ª Convocatoria ⁴	CALIFICACIÓN FINAL DEL MÓDULO ⁵			
	E ₁	E ₂	E ₃	E ₄	...							
				-	-							
MF0246_3 Organización de un sistema de información de consumo	Resultados en las actividades e instrumentos de evaluación ¹					Puntuación Media ²	1ª Convocatoria ³	2ª Convocatoria ⁴	CALIFICACIÓN FINAL DEL MÓDULO ⁵			
	UF1			-	-					-		
	UF2			-	-					-		
MF1002_2 Inglés profesional para actividades comerciales	Resultados en las actividades e instrumentos de evaluación ¹					Puntuación Media ²	1ª Convocatoria ³	2ª Convocatoria ⁴	CALIFICACIÓN FINAL DEL MÓDULO ⁵			
	E ₁	E ₂	E ₃	E ₄	...							
				-	-							

¹ Se anotará en las casillas las puntuaciones obtenidas en las distintas actividades e instrumentos de evaluación aplicados, que serán los que se han identificado en la planificación de la evaluación.

² Se incluirá en cada casilla la puntuación media lograda a partir de las puntuaciones obtenidas en los distintos instrumentos.

³ En cada casilla se reflejará la puntuación obtenida en la prueba de evaluación final del módulo aplicada en la fecha prevista (1ª convocatoria). Si el módulo tiene unidades formativas se reflejará la puntuación correspondiente en la prueba a dichas unidades.

⁴ Se incluirá las puntuaciones obtenidas sólo si se ha tenido que realizar la prueba en 2ª convocatoria.

⁵ Se introducirá la calificación final obtenida en el módulo en términos de No Apto o Apto, en este último caso, indicando entre paréntesis la puntuación final alcanzada por el alumno.

INFORME DE EVALUACIÓN INDIVIDUALIZADO

Estos datos se registrarán, a su vez y de manera resumida, en un informe global del grupo (Anexo VII):

ACTA DE EVALUACIÓN

Apartado séptimo 1.b.4 de la Resolución de 28 de agosto de 2018 del Presidente del Servicio Público de Empleo de Castilla y León, por la que se convocan subvenciones, cofinanciadas por el Fondo Social Europeo, en el Programa de Orientación, Formación e Inserción (OFI) para el año 2018.

CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD: COMT0110 ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO

DURACIÓN DEL CERTIFICADO: 460 horas

FECHAS DE IMPARTICIÓN: de 00/00/00 a 00/00/00

CENTRO DE FORMACIÓN:

DIRECCIÓN: LOCALIDAD: PROVINCIA:

Nº	NIF/NIE	APELLIDOS/NOMBRE	MÓDULO 1			MÓDULO 2		MÓDULO 3		MÓDULO 4
			UF1 (APTO / NO APTO)	UF2 (APTO / NO APTO)	CALIFICACIÓN FINAL APTO (SUFICIENTE) / APTO (NOTABLE) / APTO (SOBRESALIENTE) / NO APTO	CALIFICACIÓN FINAL APTO (SUFICIENTE) / APTO (NOTABLE) / APTO (SOBRESALIENTE) / NO APTO	UF1 (APTO / NO APTO)	UF2 (APTO / NO APTO)	CALIFICACIÓN FINAL APTO (SUFICIENTE) / APTO (NOTABLE) / APTO (SOBRESALIENTE) / NO APTO	CALIFICACIÓN FINAL APTO (SUFICIENTE) / APTO (NOTABLE) / APTO (SOBRESALIENTE) / NO APTO

¹ El Acta de evaluación debe incluir la totalidad de módulos y, en su caso, unidades formativas de la acción correspondiente al certificado de profesionalidad. Se presenta un ejemplo para módulo con unidades formativas (módulos 1) y sin ellas (módulo 2).

ACTA DE EVALUACIÓN GLOBAL

6. FUNCIÓN DE LOS/LAS FORMADORES/AS

Según se recoge en el RD 189/2013, el/la formador/a asignado deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Desarrollar el plan de acogida de los grupos de alumnos/as.
- Orientar y guiar al alumnado en la realización de actividades, el uso de los materiales y la utilización de herramientas para la adquisición de las capacidades.
- Fomentar la participación del alumnado, proponiendo actividades de reflexión y debate y de trabajo en equipo tanto individual como grupal.
- Realizar el seguimiento y valoración de las actividades realizadas por el alumnado, resolviendo dudas y solucionando problemas.
- Participar en todas las actividades que impliquen coordinación con el equipo responsable de la organización, gestión y desarrollo de las acciones formativas