

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL:

Atención al cliente, consumidor o usuario

Familia Profesional:	Comercio y Marketing
Nivel:	3
Código:	COM087_3
Estado:	BOE
Publicación:	RD 295/2004
Referencia Normativa:	Orden EFP/63/2021, RD 109/2008, RD 930/2020

Competencia general

Gestionar y ejecutar los planes de atención al cliente/consumidor/usuario de bienes y servicios, de acuerdo con la normativa y legislación vigente en materia de consumo, los procedimientos establecidos y las especificaciones recibidas.

Unidades de competencia

- UC0246_3:** OBTENER, ORGANIZAR Y GESTIONAR LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO
- UC0241_2:** Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario
- UC0245_3:** Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente /consumidor / usuario
- UC9998_2:** COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Entorno Profesional

Ámbito Profesional

Desarrolla su actividad en todos los sectores productivos en el área de información y orientación al consumidor/usuario de bienes y servicios, y en departamentos de atención al cliente.

Sectores Productivos

Los principales subsectores donde puede desarrollar su actividad son: -Sector Privado: Asociaciones de consumidores, cooperativas de consumo, empresas industriales, empresas de servicios, empresas comerciales. - Sector Público: Administración Central, Autonómica y Local. En general, en organismos públicos y empresas grandes y medianas industriales y comerciales dentro del departamento de atención al consumidor/cliente de bienes y servicios.

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Los términos de la siguiente relación de ocupaciones y puestos de trabajo se utilizan con carácter genérico y omnicomprendivo de mujeres y hombres.

- Técnico de información/atención al cliente en empresas
- Técnico en consumo de las oficinas de información al consumidor de las Administraciones Públicas
- Técnico en consumo en los organismos públicos y privados de defensa de los consumidores
- Técnico en consumo de las cooperativas de consumo

Formación Asociada (600 horas)

Módulos Formativos

MF0246_3: ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO (180 horas)

MF0241_2: Información y atención al cliente/consumidor/usuario (150 horas)

MF0245_3: Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo (150 horas)

MF9998_2: COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL (120 horas)

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

OBTENER, ORGANIZAR Y GESTIONAR LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

Nivel: 3
Código: UC0246_3
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Obtener la información / documentación que afecta al cliente/consumidor / usuario, asegurando su fiabilidad y de acuerdo con el presupuesto establecido

CR1.1 Entre las principales fuentes de información y documentación se identifican las principales y más fiables (Boletines oficiales, investigaciones y estudios, libros y revistas especializadas, bases de datos de la empresa, administración pública y asociaciones de consumidores, estadísticas de consultas y reclamaciones de la empresa, administración y asociaciones de consumidores, otros organismos públicos y privados, medios de comunicación en general, e Internet), y se accede a ellas respetando los procedimientos establecidos.

CR1.2 La información/documentación necesaria se identifica correctamente de forma que se disponga de un archivo documental que trate ampliamente de los temas esenciales relacionados con el consumo y los mecanismos extrajudiciales de resolución de conflictos.

CR1.3 Las fuentes de información/documentación se seleccionan en función de la relación coste/rendimiento idóneo y ajustándose al presupuesto y posibilidades de acceso a las mismas de la empresa y/u organismo.

CR1.4 De las posibles técnicas de recogida de información se aplican aquellas que aseguran la veracidad de los datos.

CR1.5 La detección de las tendencias y posibles situaciones de alerta se realizan con rapidez comunicándose las mismas a los departamentos de empresa y/u organismos competentes.

RP2: Procesar la información procedente de fuentes internas y externas a la organización, aplicando los métodos de organización y tratamiento que se adapten a las necesidades del departamento con la finalidad de obtener datos para mejorar la calidad del servicio.

CR2.1 Cada documento se cataloga basándose en los criterios establecidos por la organización aplicando las técnicas precisas para facilitar la localización del mismo.

CR2.2 El documento se archiva aplicando técnicas manuales o informáticas en función de la utilización que se le va a dar, del destinatario y del tiempo que se va a conservar.

CR2.3 El fichero de datos personales de los usuarios de los servicios de la organización se confecciona clasificándolos por el tipo de demanda y el sector concreto, respetando la legislación aplicable y asegurando un fácil acceso a la misma.

CR2.4 La estadística con los datos disponibles se confecciona, agrupando consultas y reclamaciones según los criterios de la organización.

CR2.5 Las fuentes de información y las bases documentales propias se actualizan de forma periódica, identificando la información reciente en materia de consumo y complementando/modificando anteriores registros.

CR2.6 Los programas informáticos adecuados en función del tipo de necesidad de tratamiento de la información requerido se utilizan eficientemente.

RP3: Atender en tiempo y forma las demandas internas y externas de información específica en materia de consumo.

CR3.1 La información necesaria para la elaboración de los documentos informativos se obtiene, accediendo a fuentes internas y externas aplicando el procedimiento establecido y seleccionando aquella que sea más significativa de acuerdo con el objetivo.

CR3.2 La información que contienen los documentos elaborados se estructura de manera ordenada y homogénea y se redacta de forma clara y concisa, especificando fuente y fecha.

CR3.3 En los períodos establecidos, y de acuerdo con sistemas definidos, se elabora el boletín (de prensa, corporativo y otros) analizando la información de interés y seleccionando aquella que debe de contextualizar el documento.

CR3.4 El objetivo de la demanda de información (soporte y profundidad) se identifica claramente para organizar el proceso, método y forma de transmitirla más adecuados según criterios previamente establecidos.

CR3.5 El documento informativo se suministra al departamento de empresa /organismo / persona solicitante por el canal más económico, rápido y eficaz, en función de los procedimientos establecidos.

RP4: Aplicar procedimientos para mantener la información con la integridad, disponibilidad y seguridad requeridas.

CR4.1 Las copias de seguridad tanto de los paquetes como de los archivos de trabajo se realizan periódicamente para asegurar la conservación de los ficheros almacenados.

CR4.2 Para facilitar el acceso a la información almacenada se utiliza un procedimiento que permita asegurar su integridad y su obtención de la manera más rápida y eficaz posible.

RP5: Asegurar el óptimo funcionamiento del Sistema de Información establecido para su eficaz utilización por el equipo de trabajo.

CR5.1 De los procedimientos y métodos de organización de la información se comprueba que se adaptan a la incorporación de nuevas tecnologías y necesidades de la empresa /organismo.

CR5.2 Los nuevos sistemas de organización y tratamiento de la información, susceptibles de aplicación para el desarrollo de la actividad se identifican valorando ventajas adicionales al sistema establecido e inconvenientes, proponiendo en su caso la incorporación de los mismos.

CR5.3 Las nuevas fuentes de información y documentación se identifican con el objeto de ampliar y actualizar el archivo documental de consumo

CR5.4 La actualización de la normativa en materia de consumo se verifica, comprobando los registros efectuados.

CR5.5 Sobre la información solicitada se controla que se transmite en tiempo y forma.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet. Programas: Entornos de usuario, procesadores de texto, bases de datos, programas de gestión de relación con clientes. Navegadores de Internet. Sistemas de ayuda a la navegación en Internet, sistemas de mensajería instantánea. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina.

Productos y resultados

Bases de datos y documentación en materia de consumo. Boletines informativos de consumo.

Información utilizada o generada

Publicaciones, bases de datos, información de los distintos sectores productivos y de servicios existentes en el mercado. Reclamaciones, denuncias y consultas de los consumidores y usuarios de bienes y servicios. Boletines oficiales. Medios de comunicación. Legislación. Estudios sobre consumo. Estudios y publicaciones sectoriales. Estudios y publicaciones sobre productos/servicios.

UNIDAD DE COMPETENCIA 2

Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario

Nivel: 2
Código: UC0241_2
Estado: Tramitación BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Proporcionar la información requerida por el cliente, consumidor y usuario a través de los canales de comunicación, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado, considerando la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal con el fin de atender su demanda y cumplir sus expectativas.

CR1.1 La primera toma de contacto con el cliente, consumidor y usuario se efectúa, atendiendo al tratamiento protocolario y respetando las normas establecidas por la organización, en función del canal de comunicación presencial y no presencial -telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales-.

CR1.2 Los datos personales se solicitan, en su caso, de acuerdo al procedimiento establecido por la organización y el canal de comunicación utilizado, registrando la información recibida en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes -CRM (Customer Relationship Management)- en sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning) o en las definidas por la organización.

CR1.3 La información solicitada se obtiene, de las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes, de los manuales establecidos por la organización, folletos, documentos informativos, publicidad, del superior jerárquico, u otros medios disponibles.

CR1.4 La información se proporciona con claridad y exactitud, empleando los canales y herramientas de comunicación online/offline, según los protocolos establecidos por la organización.

CR1.5 La demanda solicitada por el cliente, consumidor y usuario se resuelve personalmente permitiendo una gestión inmediata o bien canalizándola al departamento y/o responsable correspondiente, cuando exceda del ámbito de su responsabilidad, según las normas internas establecidas por la organización.

CR1.6 La despedida con el cliente, consumidor y usuario se efectúa contrastando que las demandas del cliente quedan resueltas con preguntas sobre la necesidad de facilitar más información, según el canal utilizado y los protocolos establecidos por la organización.

RP2: Efectuar el seguimiento postventa del producto y/o servicio vendido, ofertar en su caso, programas de fidelización de clientes, consumidores y usuarios a través de los canales de comercialización, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado, según los criterios establecidos por la organización para premiar su lealtad con un sistema de incentivos y vincularle a la marca, producto o servicio adquirido.

CR2.1 La relación con el cliente, consumidor y usuario se mantiene durante el proceso postventa, utilizando técnicas de comunicación online/offline comprobando su grado de satisfacción, idoneidad y calidad del producto y/o servicio.

CR2.2 Las posibles incidencias en el proceso postventa se resuelven, dentro del ámbito de su responsabilidad, de acuerdo a las normas internas de la organización o derivándolas al nivel jerárquico superior.

CR2.3 El programa de fidelización al cliente, consumidor y usuario se ofrece, en su caso, premiando con promociones, ofertas, descuentos u otros, la lealtad y vincularle con la marca del producto y/o servicio.

CR2.4 El programa de fidelización de clientes se tramita por medios físicos o digitales ofertados por la organización -c-CRM, e-commerce, redes sociales, Internet, documentación u otros-.

CR2.5 El documento acreditativo del programa de fidelización -tarjeta física, magnética, código u otros-, se facilita al cliente, consumidor y usuario, en su caso, para que acceda a los beneficios ofertados por la organización.

RP3: Tramitar la información y documentación facilitada por el cliente, consumidor y usuario de forma coordinada con el resto del equipo, utilizando aplicaciones de gestión con clientes y técnicas organizativas, según la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal y defensa de los consumidores y usuarios, con el fin de disponer de datos que optimicen costes de gestión y tiempos de acceso.

CR3.1 La información recibida se registra en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con cliente, consumidor y usuario, de forma manual u otros medios, en función de las características de la documentación y de las normas internas de la organización.

CR3.2 La documentación recibida del cliente, consumidor o usuario se clasifica de forma manual o por medios informáticos, aplicando técnicas de organización y archivo en función de las características de los documentos y de las normas internas de la organización.

CR3.3 La documentación se codifica, en su caso, según los procedimientos establecidos por la organización generando un justificante de entrada asociado al documento que le identifique y optimice los tiempos en procesos de búsqueda de la información.

CR3.4 La información registrada y/o clasificada se almacena en los dispositivos de seguridad - unidades de memoria externas o internas, ubicaciones de red, servidores, aplicaciones específicas, servicios en la nube u otros- o en medios físicos -archivos, armarios, carpetas u otros-, según los medios y procedimientos establecidos por la organización.

CR3.5 Las consultas de clientes, consumidores o usuarios, se efectúan aplicando los métodos de búsqueda masiva en archivos propios o en la red por los diferentes canales de comunicación empleados, seleccionando aquéllos que generen una respuesta idónea y dote de calidad al servicio prestado.

CR3.6 Las bases de datos de la organización se actualiza con la información recopilada, de acuerdo con los protocolos internos, cumpliendo la normativa aplicable de protección de datos y defensa de los consumidores y usuarios.

RP4: Ejecutar instrucciones de evaluación del grado de satisfacción de los clientes, consumidores y usuarios sobre el servicio prestado, recopilando la información proporcionada según el canal de comunicación, con el fin de optimizar el proceso de gestión y mejorar la calidad del servicio prestado.

CR4.1 Las posibles deficiencias en el servicio prestado se detectan recopilando la información del cliente, consumidor y usuario por medio de encuestas, formularios u otros documentos y/o medios, según el canal utilizado y los criterios establecidos por la organización.

CR4.2 La información recopilada sobre clientes, consumidores y usuarios se registra en las aplicaciones informáticas correspondientes y/o se archivan de forma manual, según los procedimientos establecidos por la organización.

CR4.3 La información recopilada se contrasta, en su caso, con la archivada sobre informes de satisfacción, documentación con consultas, peticiones, incidencias, reclamaciones, u otra información de la organización.

CR4.4 Las incidencias detectadas durante del proceso de atención al cliente en productos y/o servicios, se transmiten al superior jerárquico utilizando los medios y procedimientos establecidos por la organización y en su caso, resolviendo en el ámbito de su responsabilidad.

CR4.5 Las reclamaciones, quejas y/o sugerencias expresadas por los clientes, consumidores y usuarios se contrastan con la información procedente de las aplicaciones establecidas por la organización, para su posterior tratamiento en la toma de decisiones.

CR4.6 Los informes referidos al grado de satisfacción y de las expectativas de los clientes, consumidores y usuarios se elaboran con aplicaciones informáticas específicas de gestión de clientes, incluyendo conclusiones y aportando propuestas en el ámbito de su responsabilidad, que puedan optimizar la calidad del servicio prestado.

CR4.7 La calidad del servicio se gestiona, colaborando de forma coordinada con el equipo de trabajo y cumpliendo con las órdenes recibidas por la organización.

Contexto profesional

Medios de producción

Canales de comunicación presencial y no presencial: telefonía, e-mail, sms, página web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales. Aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes: CRM (Customer Relationship Management). Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning). Manuales. Folletos. Documentos informativos. Publicidad. Formularios de registro de entrada de información. Ordenes de trabajo. Canales de comunicación. Dispositivos de copias de seguridad: unidades de memoria externas, internas, ubicaciones de red, servidores, aplicaciones específicas, servicios en la nube u otros. Encuestas. Formularios. Informes de satisfacción. Documentación con consultas, peticiones, incidencias, reclamaciones, u otra información de la organización.

Productos y resultados

La información requerida por el cliente, consumidor y usuario a través de los canales de comunicación proporcionada. El lenguaje y forma de comunicación al canal utilizado adaptado. Demandas atendidas. Expectativas cumplidas. Seguimiento postventa del producto y/o servicio vendido efectuado. Programas de fidelización de clientes, consumidores y usuarios a través de los canales de comercialización ofertados. Lealtad al cliente, consumidor y usuario premiada. Cliente consumidor y usuario vinculado a la marca. Producto o servicio adquirido. Información y documentación facilitada por el cliente, consumidor y usuario tramitada. Aplicaciones de gestión con clientes y técnicas organizativas utilizadas. Datos que optimicen costes de gestión y tiempos de acceso dispuestos. Instrucciones para evaluar el grado de satisfacción de los clientes, consumidores y usuarios sobre el servicio prestado ejecutadas. Información proporcionada según el canal de comunicación recopilada. Proceso de gestión de venta optimizado. Calidad del servicio prestado mejorada.

Información utilizada o generada

Normativa de protección de datos de carácter personal. Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios. Normas de la organización para la gestión de clientes, consumidores y usuarios. Información del cliente, consumidor y usuario procedente de: informes de satisfacción, consultas, peticiones, incidencias, reclamaciones, u otros. Bases de datos. Registros de entrada de consultas y reclamaciones. Procedimiento interno de calidad. Registros de satisfacción del cliente. Informes de propuestas de mejora. Manuales de gestión de clientes de la organización.

UNIDAD DE COMPETENCIA 3

Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente /consumidor / usuario

Nivel: 3
Código: UC0245_3
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Identificar adecuadamente la consulta, queja o reclamación del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo para deducir líneas de actuación

CR1.1 Al iniciar la relación presencial, telefónica o telemática, con el consumidor/usuario, se identifica de forma adecuada (identificación personal y de la empresa).

CR1.2 La actitud que se adopta es correcta: modos amables, interés por el interlocutor y su petición.

CR1.3 La petición se atiende con diligencia.

CR1.4 Los hechos se ordenan cronológicamente y se determinan las partes intervinientes, obteniendo una idea general del objeto de la consulta, queja o reclamación.

CR1.5 En los aspectos puntuales del relato se identifican y valoran los siguientes elementos, concretando el contexto que rodea la situación expuesta por el solicitante:

- Las lagunas existentes.
- Los criterios y elementos subjetivos del mismo introducidos por el cliente/consumidor o usuario.
- El objetivo del consumidor detectando si desea información o presentar denuncia/reclamación.

CR1.6 Para la adopción de las medidas que se requieran en el procedimiento establecido, se deduce si la respuesta puede ser inmediata, aplazada o si es conveniente que el consumidor presente denuncia o reclamación.

RP2: Informar/orientar al consumidor de los derechos y posibles mecanismos y/o soluciones de mediación/arbitraje, a su nivel, en relación con el problema/consulta planteado de acuerdo con especificaciones establecidas y la normativa vigente.

CR2.1 Cuando las consultas son complejas y requieren la búsqueda de información/solución, se posponen las respuestas aplicando un criterio de prudencia y adoptando una actitud correcta .

CR2.2 En la cumplimentación de las hojas de reclamaciones se orienta al consumidor/usuario para que exprese claramente su problema.

CR2.3 En la información que se suministra al consumidor, se especifican adecuadamente, los mecanismos de mediación/arbitraje y los documentos necesarios que ha de presentar para la tramitación y verificación del fundamento de la reclamación/consulta (facturas, contratos, presupuestos, resguardos, folletos, etc...).

CR2.4 Ante la consulta planteada se identifica la fuente de información más fiable y se obtienen los datos necesarios por medios convencionales o electrónicos, cumpliendo los procedimientos establecidos, para su resolución.

CR2.5 La respuesta a la consulta planteada se elabora, en su caso, describiendo clara y ordenadamente posibles situaciones y vías de actuación

CR2.6 La solución a la consulta planteada se transmite al cliente/consumidor/usuario mediante cita, correo postal, teléfono o a través de medios electrónicos, en tiempo y forma establecidos.

RP3: Tramitar quejas y reclamaciones hacia los departamentos de empresa y/o entidades y organismos correspondientes, de modo que el objetivo o interés del consumidor en la resolución del conflicto sea satisfecho.

CR3.1 En la ejecución del plan de actuación previamente establecido por la empresa/organización se determinan las prioridades de forma conjunta con el equipo profesional, en función de la complejidad del problema y de acuerdo con las pautas establecidas.

CR3.2 Los departamentos de empresa, organismos, instituciones y/o instancias con competencias para resolver el problema se identifican adecuadamente.

CR3.3 Las reclamaciones se presentan en tiempo, forma y contenido siguiendo el procedimiento administrativo establecido por la ley y/o, en su caso, por la organización y/o empresa, utilizando medios convencionales o electrónicos.

CR3.4 La recepción correcta y tratamiento de la reclamación, se verifican con el departamento de empresa / organismo ante la que se ha presentado.

RP4: Controlar el proceso de reclamación para detectar anomalías o retrasos.

CR4.1 El seguimiento de la reclamación tramitada ante organismos/empresas se realiza obteniendo información de la fase en que se encuentra y adoptando, en su caso, medidas en el momento preciso.

CR4.2 De las respuestas se verifica que llegan en forma y plazo establecidos

CR4.3 A su nivel, se informa/orienta al reclamante de cada actuación y resultado obtenido, ya sea de forma oral, y/o escrita, y/o por medios electrónicos, señalando las posibles opciones a decidir por parte del cliente/consumidor/usuario.

CR4.4 La información recogida se organiza y procesa, aplicando técnicas de archivo, técnicas estadísticas y en su caso, de tratamiento informático de la información para facilitar el análisis posterior de los datos

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet. Programas: Entornos de usuario, procesadores de texto, bases de datos, programas de gestión de relación con clientes (CRM). Navegadores de Internet. Sistemas de ayuda a la navegación en Internet, sistemas de mensajería instantánea, Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina.

Productos y resultados

Información y asesoramiento en materia de consumo a los clientes, consumidores y usuarios de bienes y servicios. Asesoramiento de reclamaciones y denuncias de los clientes, consumidores y usuarios de bienes y servicios. Principales causas de quejas o reclamaciones.

Información utilizada o generada

Bases de datos que recojan casuística sobre peticiones de consulta, información, denuncias y quejas. Legislación específica en consumo. Ley de procedimiento administrativo. Fichas de entrada de las reclamaciones (archivos). Listado e información sobre organismos e instituciones competentes en materia de consumo. Legislación/información específica en comercio y/o aplicable a su sector de actividad.

UNIDAD DE COMPETENCIA 4

COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel: 2
Código: UC9998_2
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar el sentido general de la información oral en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, de forma precisa, emitida por cualquier persona o medio de emisión/comunicación, para identificar la aplicabilidad de los datos y garantizar el servicio.

CR1.1 Los medios de producción asociados a las actividades profesionales se detectan para garantizar su identificación en una situación de trabajo, garantizando su comprensión global en función del contexto en el que se utilicen.

CR1.2 La información oral emitida por distintos medios (comunicación, materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados) se interpreta de forma precisa para favorecer el desarrollo de la actividad, empleando estrategias que permitan inferir los datos recibidos de manera incompleta discriminando los posibles patrones sonoros, acentuales, rítmicos y de entonación de uso común o específicos del medio.

CR1.3 Las instrucciones de trabajo, advertencias y consejos de operaciones definidas se interpretan, intercambiando información sobre el tema a tratar, a fin de aplicarlas en el desempeño de su competencia, identificando el contexto de la intervención.

CR1.4 Las necesidades, reclamaciones, incidencias y malentendidos sobre las actividades profesionales manifestadas oralmente por diferentes interlocutores se interpretan, practicando una escucha atenta para extraer las claves principales y presentando, a la vez que transmitiendo distintas soluciones a la persona responsable.

RP2: Interpretar la información y documentación escrita en lengua inglesa con un nivel de usuario básico que contengan estructuras y un léxico de uso común, tanto de carácter general como más específico, para realizar la actividad profesional.

CR2.1 La información escrita en un registro técnico, relativa a documentación referida a la actividad profesional se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, utilizando herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

CR2.2 La documentación técnica escrita se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, adecuándola a los condicionantes que la pueden afectar (canal de la comunicación: fax, e-mail o carta, costumbres en el uso de la lengua, grafía deficiente, impresión de baja calidad, entre otros).

CR2.3 La información implícita en informes y/o documentos se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, para facilitar el análisis de la situación aplicando criterios de contextualización y coherencia relacionados con el sector.

CR2.4 Las interfaces de los soportes informáticos que se visualicen se interpretan en función de la actividad profesional para garantizar el registro y la transmisión de los datos.

CR2.5 Las necesidades, reclamaciones, incidencias y malentendidos sobre las actividades profesionales que interactúan con otros interlocutores se interpretan practicando una escucha atenta para extraer las claves principales, presentando y transmitiendo distintas soluciones a la persona responsable.

CR2.6 Los avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro situados en el área de trabajo vinculados a su actividad profesional se interpretan para garantizar la seguridad del trabajador como un acto de preservación de su integridad física.

CR2.7 Los textos escritos traducidos con herramientas de traducción, manuales o informáticas se revisan para su mejor interpretación, aplicando criterios de contextualización a su actividad.

CR2.8 El significado de términos desconocidos escritos, en caso de no poder deducirse del contexto o el apoyo visual, se traduce para asimilar la explicación del término utilizando herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

RP3: Transmitir oralmente, interactuando en lengua inglesa con un nivel de usuario básico con otros interlocutores para realizar las actividades profesionales sobre información relacionada con aspectos técnicos específicos de su competencia, identificando la aplicabilidad de los datos y garantizando servicio.

CR3.1 Los datos para el desarrollo de la actividad profesional se obtienen de las conversaciones y entrevistas mantenidas con otros interlocutores para facilitar su ejecución, a partir de la identificación y valoración de los mismos.

CR3.2 Los datos que se consideren necesarios para el desempeño de la actividad profesional a partir de comunicaciones se extraen utilizando recursos de apoyo a la traducción expresándolos en lengua estándar, con claridad, razonable fluidez y corrección, para la obtención del nivel de información previsto requiriendo, en su caso, las aclaraciones pertinentes para su completa comprensión, aplicando las normas de cortesía, protocolo asociadas al marco cultural u otras adecuadas a contextos de comunicación formal e informal.

CR3.3 La información contextual y no oral que se produce en conversaciones en grupo, visitas, negociaciones, reuniones de trabajo se interpreta procediendo al contraste con el contexto, antecedentes o testimonios para fidelizar los datos a obtener, teniendo en cuenta el tono, humor, significado de expresiones idiomáticas, chistes y comportamientos de los interlocutores.

CR3.4 Las comunicaciones se realizan para conseguir un intercambio de información estandarizado referido a su actividad profesional, garantizando su fiabilidad a través de consultas a la normativa aplicable o a normas internas del propio trabajo o empresa.

CR3.5 Los elementos lingüísticos léxicos y funcionales en un intercambio oral de información se aplican, si procede, para facilitar la interpretación y comunicación, teniendo en cuenta las características del sector.

RP4: Expresar oralmente en lengua inglesa con un nivel de usuario básico la información relacionada con aspectos técnicos de la actividad profesional, adaptándose al canal de comunicación, presencial o a distancia que garantice la transmisión de la misma.

CR4.1 Las consideraciones técnicas de operaciones emitidas de forma oral relativas al uso de productos o ejecución de trabajos se comunican para garantizar la ejecución de las actividades en cualquier contexto (presencial, radiofónico o virtual), considerando las características del medio.

CR4.2 La información expresada de forma oral se emite para facilitar la comunicación de actividades profesionales utilizando vocabulario y construcciones gramaticales que permitan hacerse entender en la transmisión de la misma.

CR4.3 La caracterización sobre los medios de producción presentadas por los interlocutores que interactúan en el desempeño de las actividades profesionales se interpretan para su posible resolución presentando distintas soluciones al superior responsable.

RP5: Cumplimentar en lengua inglesa con un nivel de usuario básico la documentación, textos rutinarios, sencillos y coherentes, redactando, si procede, teniendo en cuenta la terminología al uso, relativa a expresiones, estructura y formas de presentación para dar respuesta a la actividad profesional.

CR5.1 La documentación se redacta a partir de varias fuentes seleccionadas con coherencia discursiva a fin de conseguir un desempeño efectivo de la actividad profesional, en base al conocimiento de la terminología del sector y de la normativa aplicable en el desempeño de su competencia.

CR5.2 Las expresiones usuales requeridas en los diferentes tipos de documentación (escritos, faxes, formularios, mensajes electrónicos, entre otros) se aplican en cualquier comunicación o documentación exigida, para diligenciar los escritos según costumbre y expresiones propias del sector.

CR5.3 Las consideraciones (características del producto, precio, condiciones de pago, transporte, entre otros) presentadas/recibidas, escritas/verbalizadas vinculadas a los interlocutores relacionados con la actividad profesional se interpretan para su posible resolución presentando distintas soluciones al superior responsable.

Contexto profesional

Medios de producción

Herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

Productos y resultados

Interpretación del sentido general de la información oral, de la información y documentación, transmisión oral, expresión oral, cumplimentación de documentación en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, respectivamente.

Información utilizada o generada

Información procedente de medios de comunicación, materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados. Instrucciones de trabajo/advertencias/avisos/consejos/especificaciones técnicas. Necesidades/reclamaciones/incidencias/malentendidos. Normativa aplicable, recomendaciones internacionales y normas internas de trabajo. Informes, manuales, planos, cartas, faxes, revistas, libros, páginas de Internet, software, foros, glosarios en línea, correos electrónicos. Interfaces de los soportes informáticos. Avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro. Escritos, faxes, formularios, mensajes electrónicos, jerga y expresiones propias del sector.

MÓDULO FORMATIVO 1

ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO

Nivel:	3
Código:	MF0246_3
Asociado a la UC:	UC0246_3 - OBTENER, ORGANIZAR Y GESTIONAR LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO
Duración (horas):	180
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar los métodos de obtención de información relacionadas con el consumo de bienes y servicios.

CE1.1 Identificar las fuentes de información oficiales en materia de consumo existentes a nivel europeo, nacional autonómico y local utilizando motores de búsqueda online.

CE1.2 Identificar los principales canales y medios oficiales de información y divulgación de información y normativa vigente en materia de consumo y derechos del consumidor.

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.

CE1.4 Argumentar la importancia de garantizar la veracidad y vigencia de la información y fuentes de información en materia de consumo.

CE1.5 Explicar las ventajas y desventajas de las fuentes de información primaria en materia de consumo.

CE1.6 A partir de unos datos que caracterizan tres métodos y fuentes de información en materia de consumo:

- Calcular relación coste/rendimiento de cada una de ellas, teniendo en cuenta precio, forma de acceso y soporte y seleccionar aquella cuya ratio sea el óptimo.
- Valorar la tensión existente entre el esfuerzo y la viabilidad de la obtención de la información.

CE1.7 Ante un supuesto práctico de demanda de información, convenientemente caracterizado:

- 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 web y/o motores de búsqueda en la web.
- 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 guión de la encuesta o entrevista.

C2: Analizar la información y documentación relacionadas con el consumo y derechos del consumidor o usuario de bienes y servicios.

CE2.1 Explicar el significado de la terminología específica habitual en la normativa y documentación específica de consumo.

CE2.2 Explicar el significado de Tesoros en materia de consumo a nivel europeo y nacional.

CE2.3 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:

- 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.

CE2.4 Ante un supuesto práctico de normativa vigente en materia de consumo de un sector, producto y servicio de gran consumo o uso generalizado:

- 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.

CE2.5 Ante un supuesto práctico de reclamación en materia de consumo de un sector, producto y servicio de gran consumo o uso generalizado:

- 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.

C3: 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.

CE3.1 Explicar los sistemas de organización y tratamiento de la información de consumo más utilizados y los emergentes.

CE3.2 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.

CE3.3 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.

CE3.4 Argumentar las ventajas y desventajas de distintos paquetes de "software" empleados habitualmente para el tratamiento de la información y documentación.

CE3.5 Explicar las principales técnicas de archivo/catalogación, relacionando ventajas e inconvenientes en función de la utilización, tiempo de archivo y tipo de información.

CE3.6 A partir de un supuesto práctico, convenientemente caracterizado, en el que se dispone de información recogida de diferentes fuentes:

- 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.

CE3.7 Utilizar las funciones y utilidades de las aplicaciones informáticas y sistemas operativos que garanticen las normas de seguridad, integridad y confidencialidad de los datos.

CE3.8 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.

C4: Elaborar documentos específicos sobre consumo, integrando datos, textos y gráficos, con la organización, formato y presentación adecuados.

CE4.1 Explicar los principales aspectos que se deben observar en la elaboración de un documento que recoja información de consumo, en cuanto a la forma, estructura y contenido.

CE4.2 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; sintetizar la información que contiene de acuerdo a la relevancia del tema para los consumidores y usuarios.

CE4.3 A partir de normativa o documentación específica, en materia de consumo, con referencias, datos bibliográficos, ideas principales y utilidades posibles de la misma, elaborar una ficha resumen con los aspectos más relevantes.

CE4.4 A partir de distintos boletines oficiales publicados por el Estado y/o en la Comunidad Autónoma en el periodo de un mes:

- 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.

CE4.5 Dadas unas referencias de distintas publicaciones semanales de ámbito europeo y nacional:

- Interpretación 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.
- confeccionando 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 para procesar o sintetizar la información.

CE4.6 En casos prácticos de confección de documentación de consumo, convenientemente caracterizados, y a partir de medios y aplicaciones informáticas en entornos de usuario:

- Seleccionar el formato más adecuado a cada tipo de documentación/información, en razón de su finalidad y presentación final: presentación con diapositivas, 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.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.7; C2 respecto a CE2.4 y CE2.5; C4 respecto a CE4.6.

Otras Capacidades:

Respetar procedimientos y normas internas de la organización.

Resolver con rapidez y rigor demandas de información y situaciones problemáticas.

Argumentar la información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa a las personas adecuadas en cada momento.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento.

Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

Contenidos

1 Técnicas de búsqueda de información en materia de consumo

Diferenciación medios, canales y tipos de fuentes de información. Fuentes de información en materia de consumo a nivel europeo y nacional. Aplicación procedimientos de obtención de información. Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información de consumo. Calidad y fiabilidad de la información. Aplicación de motores y técnicas de búsqueda online de la información en materia de consumo.

2 Técnicas de catalogación y archivo

Lenguajes documentales, tesauros y palabras claves en consumo. Instrumentos de catalogación, indización y clasificación. Elaboración bibliografía, fichas de contenido y bancos o bases de datos de documentos en consumo. Aplicación de técnicas de catalogación y archivo, convencional e informática, de la documentación e información generada.

3 Elaboración de boletines y/o documentación de síntesis de información en consumo

Finalidad, estructura y presentación de la documentación. Estructura de las fichas de contenido. Fases del proceso documental. Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita. Aplicación técnica de tratamiento y presentación de documentos.

4 Organización de centros documentales

Funciones y servicios de los centros documentales. Descripción de fondos documentales. Aspectos técnicos y administrativos. Aplicación de técnicas de atención al usuario. Integración de servicios informáticos. Concepto de archivística, funciones y objetivos. Aspectos legales de la archivística

5 Tecnologías aplicadas al tratamiento y organización de la información en consumo

La informática aplicada a los centros documentales y/o bancos y bases de datos. Métodos de acceso a la información por el usuario a través de las bases de datos. Utilización de aplicaciones informáticas de tratamiento de la información. Aplicaciones informáticas para la organización de información.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Aula de gestión de 45 m²

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la obtención, organización y gestión de la información/documentación en materia de consumo, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:

- Formación académica de Diplomado y de otras de superior nivel relacionadas con este campo profesional.
- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 2

Información y atención al cliente/consumidor/usuario

Nivel:	2
Código:	MF0241_2
Asociado a la UC:	UC0241_2 - Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario
Duración (horas):	150
Estado:	Tramitación BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención y/o asesoramiento al cliente, consumidor y usuario a través de los canales de comunicación, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado.

CE1.1 Describir conceptos de los canales de comunicación: "telefonía", "e-mail", "sms", "página Web", "networking", "e-commerce", "website", "chats", "e-CRM", "e-newsletters", "redes sociales", justificando su relevancia en el ámbito de las comunicaciones con clientes.

CE1.2 Definir técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente, consumidor y usuario identificando las barreras en la comunicación ejemplificando situaciones según el canal de comunicación utilizado.

CE1.3 Describir las fases que componen el proceso de atención al cliente, consumidor y usuario ejemplificando el proceso según la tipología de los clientes.

CE1.4 En un supuesto práctico de un departamento de atención al cliente de una empresa de servicios, partiendo de un listado de situaciones dadas, donde se exponen tipologías de clientes y roles:

- Identificar el tipo de demanda formulada por el cliente a partir de la situación dada.
- Identificar la tipología del cliente y aplicar el saludo protocolario que corresponda.
- Efectuar una escucha activa y aplicar técnicas de comunicación y habilidades sociales que faciliten la empatía.
- Identificar gestos posturas y/o movimientos corporales del cliente para reconocer los principales mensajes derivados de la comunicación no verbal.
- Proporcionar información con claridad y/o alternativas que puedan satisfacer al cliente.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

CE1.5 Diferenciar características de los diferentes modelos de documentación escrita derivada de las relaciones empresariales, ejemplificando sus diferencias más destacadas.

CE1.6 Elaborar escritos que observen el tratamiento adaptado a diferentes canales de comunicación, explicando las diferencias entre los diferentes estilos.

CE1.7 En un supuesto práctico de un departamento de atención al cliente, sobre una consulta recibida por correo electrónico o mensajería instantánea de un cliente que solicita información sobre un producto y/o servicio concreto:

- Responder utilizando el mismo canal de comunicación.
- Identificarse e identificar al destinatario manteniendo las debidas normas de cortesía y protocolo.

- Obtener la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM) o sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning) u otros.
- 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, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado.
- Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM) o en los sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning)
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

C2: Aplicar procedimientos de fidelización de clientes y de servicios postventa de productos y/o servicios vendidos a través de los canales de comercialización según los criterios establecidos por la organización, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado.

CE2.1 Explicar el significado del servicio posventa y de fidelización de clientes en los procesos comerciales, justificando su importancia como sistema de incentivo.

CE2.2 Enumerar sistemas de incentivos a aplicar a los clientes, consumidores y/o usuarios, juzgando su relevancia como premio a la lealtad.

CE2.3 Identificar posibles incidencias en un servicio postventa ejemplificando situaciones asociadas.

CE2.4 Describir técnicas de fidelización de clientes, consumidores y/o usuarios justificando los elementos racionales y/o emocionales que condicionan la conducta de los consumidores.

CE2.5 En un supuesto práctico de un servicio postventa en la comercialización de productos electrodomésticos, argumentado con un listado de clientes que han adquirido diferentes productos, donde se presta un servicio postventa:

- Obtener información del listado de clientes, tipología y producto/s adquiridos.
- Identificar el canal o canales de comunicación idóneos para cada cliente, en función de su tipología.
- Establecer comunicación con el cliente a través del canal de comunicación establecido aplicando técnicas de comunicación, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado.
- Aplicar técnicas de comunicación que refuercen su vinculación a la marca.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal y defensa de los consumidores y usuarios.

CE2.6 En un supuesto práctico de fidelización de usuarios de una empresa de servicios, partiendo de un listado de clientes tipo que han disfrutado de los servicios adquiridos:

- Obtener información del listado de usuarios, tipología y servicio disfrutado.
- Identificar el canal de compra y justificar la elección de este canal para contactar con el usuario.
- Establecer contacto aplicando técnicas apropiadas que faciliten la empatía y la comunicación.
- Ofertar programas de fidelización.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal y defensa de los consumidores y usuarios.

C3: Aplicar técnicas de tramitación de la información en el servicio de atención al cliente, consumidor y usuario a través de los canales de comunicación, de forma

manual y/o manejando a nivel usuario aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes.

CE3.1 Explicar técnicas de organización y archivo de información, justificando su utilidad para garantizar una óptima gestión en el servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

CE3.2 Explicar el procedimiento de búsqueda masiva de información en archivos y soportes informáticos, justificando su utilidad para una gestión eficiente de la información.

CE3.3 Describir las características de dispositivos y medios de copias de seguridad tales como: "unidades de memoria externas", "unidades de memoria internas", "ubicaciones de red", "servidores", "aplicaciones específicas", "servicios en la nube", justificando su utilización y los procedimientos de registro y copias de seguridad.

CE3.4 Describir los principios de la normativa de protección de datos de carácter personal en la recogida y registro de información en el servicio de atención al cliente, justificando su utilidad.

CE3.5 En un supuesto práctico de organización de información en modo manual, con un listado de clientes con datos como: nombre, apellidos, dirección, localidad, fecha de nacimiento, producto adquirido, precio del producto:

- Obtener información derivada del listado dado.
- Realizar una clasificación alfabética de los datos de los clientes.
- Realizar una clasificación por fechas en orden ascendente.
- Realizar una clasificación descendente por precio de producto adquirido.
- Realizar una clasificación geográfica.
- Realizar una clasificación por agrupación de productos homogéneos.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

CE3.6 En un supuesto práctico de registro y actualización de bases de datos, partiendo de un listado de clientes con datos como: nombre, apellidos, dirección, localidad, fecha de nacimiento, producto adquirido, precio del producto:

- Obtener información derivada del listado de clientes.
- Abrir la base de datos.
- Introducir en la base de datos la información del listado de clientes.
- Comprobar la concordancia de datos antes de la grabación.
- Realizar una copia de seguridad de la base de datos.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

C4: Aplicar procedimientos para la obtención de información en la gestión de control de calidad del servicio prestado por una organización.

CE4.1 Describir métodos y elementos usados para evaluar la calidad del servicio prestado por una organización, explicando las particularidades que les identifican.

CE4.2 Describir características de herramientas para la recopilación de la información del cliente como: "encuestas", "formularios", justificando su utilización en el proceso de obtención de la información.

CE4.3 Diferenciar contenido en la documentación susceptible de ser formulado por los clientes, consumidores y usuarios tales como: "consulta", "peticiones", "incidencias" y "reclamaciones", ejemplificando situaciones que evidencien sus características.

CE4.4 Describir los métodos utilizados para evaluar la calidad del servicio prestado, justificando su utilidad.

CE4.5 En un supuesto práctico de obtención de información para la evaluación del servicio prestado de una empresa de servicios, argumentado por unos cuestionarios completados con la opinión de los usuarios:

- Recopilar la información de los cuestionarios facilitados.

- Registrar la información en las aplicaciones de gestión de clientes.
- Contrastar la información recopilada con la existente en los archivos de la empresa.
- Analizar la información generada y elaborar un informe donde se recojan de manera estructurada y clara, conclusiones sobre el grado de satisfacción del servicio prestado y propuestas de mejora utilizando las aplicaciones informáticas de gestión disponibles.
- Informar al superior jerárquico de las incidencias derivadas del proceso.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.4 y CE1.7; C2 respecto a CE2.5 y CE2.6; C3 respecto a CE3.6 y CE3.7; C4 respecto a CE4.5.

Otras Capacidades:

Adaptarse a la organización, a sus cambios organizativos y tecnológicos, así como a situaciones o contextos nuevos.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.

Habituar al ritmo de trabajo de la organización.

Mantener una actitud asertiva, empática y conciliadora con los demás demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.

Demostrar cierta autonomía en la resolución de pequeñas contingencias relacionadas con su actividad.

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.

Contenidos

1 Atención al cliente, consumidor y usuario en la organización empresarial

Estructura y organización del departamento comercial y de atención al cliente: dependencia funcional.

Los canales y elementos de comunicación de las empresas: presencial, no presencial.

Principios básicos en las comunicaciones online/offline: barreras y dificultades.

Técnicas de comunicación, negociación y resolución de conflictos a través de diferentes canales.

Técnicas de comunicación: habilidades sociales, empatía, asertividad, persuasión, lenguaje positivo, escucha activa, escucha efectiva, feedback, inteligencia emocional.

La comunicación no verbal.

La comunicación telefónica: técnicas en la atención telefónica, expresión verbal, la sonrisa telefónica.

La comunicación a través de internet: navegadores, correo electrónico, redes sociales, mensajería instantánea u otros.

La comunicación escrita: normas.

El cliente: tipología y características.

Fases en el proceso de atención al cliente y conceptos básicos: expectativas, necesidades, satisfacción.

Normas de cortesía en el trato con el cliente, los tratos protocolarios.

Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios.

2 Seguimiento postventa como elemento de fidelización

El servicio postventa: concepto y características.
La fidelización de clientes: concepto y objetivos.
La fidelización de clientes B2C.
Proceso de fidelización: captar, convencer y conservar.
Estrategias de fidelización: incentivos y motivaciones.
Elementos en la fidelización: el sentimiento de pertenencia y el prestigio de la marca.
Normas para la gestión con clientes.

3 Gestión, obtención y tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente

Naturaleza de la información en el servicio de atención al cliente.
Procedimientos de obtención y recogida de información en función de los canales de comunicación.
El archivo: finalidad, tipos de archivos.
Técnicas de clasificación y archivo: alfabética, numérica, geográfica, ascendente, descendente, por productos y/o servicios, fechas u otras clasificaciones en función de la tipología de la información.
Documentación derivada de la atención al cliente.
Confección y presentación de informes: registro de la información.
Normativa aplicable de protección de datos de carácter personal.

4 Las bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente, consumidor y usuario

Aplicaciones de gestión de relación con el cliente (CRM).
Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning).
La base de datos: estructura y funciones.
Tipos de bases de datos: bases de datos documentales.
Utilización de bases de datos y aplicaciones de gestión de relación con clientes: grabación de información, consulta, modificación y borrado de archivos y registros, impresión, búsqueda y recuperación de archivos y registros.
Dispositivos y sistemas de protección de la información: copia de seguridad.

5 Calidad en la prestación de servicios de atención al cliente

El proceso de detección de la calidad en el servicio: recopilación y registro de la información.
Documentos de recopilación de la información.
La importancia del cliente como centro de decisión.
Elementos y métodos de control de la calidad.
Métodos de evaluación de la calidad y la satisfacción del cliente.
Mejora continua: medidas correctoras.
Consultas, peticiones, incidencias y reclamaciones.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos, salud laboral, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Instalación de 2 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la ejecución de las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:

- Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.

- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 3

Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo

Nivel:	3
Código:	MF0245_3
Asociado a la UC:	UC0245_3 - Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente /consumidor / usuario
Duración (horas):	150
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

- 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.
- CE1.1** Enumerar las principales instituciones y organismos públicos y privados de protección al consumidor y explicar su competencia.
- CE1.2** Describir las funciones del departamento de atención al consumidor en empresas industriales y comerciales.
- CE1.3** Describir las consultas, quejas y reclamaciones más habituales que presenta un consumidor.
- CE1.4** Identificar las fuentes de información más fiables que se utilizan en la función de orientación en consumo.
- CE1.5** Identificar los documentos que normalmente se utilizan en la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- 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:
- 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.
- CE1.7** En diferentes supuestos debidamente caracterizados en los que se simulan situaciones de atención al cliente explicitadas en forma de consultas /quejas /reclamaciones:
- Manifestar interés por satisfacer y atender efizcamente 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.
- CE1.8** Identificar los cambios que se producen en el campo legal y las consecuencias derivadas en su aplicación
- C2:** Analizar los mecanismos de mediación / arbitraje para la solución de situaciones de conflicto en materia de consumo de acuerdo con la normativa vigente.
- CE2.1** Definir el concepto de mediación y el concepto de arbitraje y explicar las diferencias sustanciales entre ambos.

CE2.2 Definir las figuras que intervienen en un proceso de arbitraje y las funciones de cada una de ellas.

CE2.3 Explicar la forma de iniciar un proceso de mediación/arbitraje, su desarrollo y los plazos habituales para su resolución.

CE2.4 Describir el concepto de laudo arbitral y la forma y plazos de su dictamen.

CE2.5 Describir los principales aspectos que se han de tener en cuenta en la confección de un acta de mediación.

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, confeccionar correctamente la convocatoria al acto de mediación/arbitraje indicando tiempo y forma en el que se tiene que enviar.

CE2.7 En la simulación de un acto de mediación convenientemente caracterizado:

- 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.

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.

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).

CE3.2 Describir las fases que componen la resolución de quejas/reclamaciones.

CE3.3 Describir la forma y actitud adecuada en la resolución de quejas/reclamaciones.

CE3.4 En una situación de simulación de una queja/reclamación, debidamente caracterizada en función de una tipología de consumidores/usuarios y de la aplicación de las técnicas de comunicación:

- 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.

C4: Aplicar técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo, persiguiendo soluciones de consenso entre las partes.

CE4.1 Identificar y definir las técnicas de negociación más utilizadas para solucionar reclamaciones presentadas en los departamentos de atención al cliente/consumidor/usuario.

CE4.2 Identificar las diferentes etapas en un proceso de negociación.

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.

CE4.4 En la simulación de un entrevista con un consumidor convenientemente caracterizada y establecida para negociar determinados aspectos de una reclamación definir un plan de

negociación en el que se establezcan las fases que se deben seguir y los aspectos que hay que negociar.

CE4.5 A partir de supuestos prácticos de simulación, caracterizados adecuadamente sobre situaciones de reclamación en materia de consumo:

- Seleccionar y aplicar la estrategia de negociación que parezca más adecuada para cada situación.
- Adoptar actitudes objetivas que faciliten el acuerdo entre las partes.
- Tramitar con rigor, concisión y diligencia los escritos correspondientes.

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.

CE5.1 Describir incidencias comunes en los procesos de atención a clientes/consumidores/usuarios.

CE5.2 Describir los métodos que habitualmente se utilizan para evaluar la eficacia en la prestación del servicio.

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.

CE5.4 En un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se describe el grado de ineficacia en la prestación del servicio de atención a clientes/consumidores, describir posibles medidas y procedimientos aplicables para mejorar y optimizar la calidad de servicio.

CE5.5 En una simulación de un servicio de información/atención al cliente/consumidor previamente definida:

- 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

CE5.6 Proponer acciones dirigidas a mejorar la actividad del servicio, identificando los cambios que se producen en el ámbito legal y tecnológico.

CE5.7 Aportar ideas para el trabajo en equipo dirigidas a mejorar la actividad del servicio.

CE5.8 Elaborar propuestas que favorezcan actuaciones que permitan la pronta atención al consumidor.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C3 respecto a la realización de actividades de atención a clientes/consumidores/usuarios, en la gestión de quejas y reclamaciones.

Otras Capacidades:

Contenidos

1 La protección del consumidor y usuario

De la sociedad de consumo a la sociedad de la información. Concepto de ciudadanía y rol de consumidor usuario. Derechos del consumidor: - Derechos de 1ª y 2ª generación. - Los derechos de 3ª generación: de la solidaridad interorganizativa. - Nuevos derechos y responsabilidades de los consumidores y usuarios. La defensa del consumidor: - Artículo 51 de la Constitución: Valor

normativo. - Ley 26/1984, General para la Defensa de Consumidores y Usuarios (BOE). - Leyes Autonómicas de protección al consumidor. Origen, contenido y alcance. Medios de ejecución de la ley. - Desde el Tratado de Roma a la Convención/Constitución Europea: la evolución comunitaria de defensa del consumidor y usuario.

2 Instituciones y organismos de protección al consumidor

Los entes públicos de protección al consumidor: - Tipología de entes públicos y su organigrama funcional: Administración central. Autonómica. Provincial. Local. El defensor del pueblo El tribunal de defensa de la competencia Comisión Nacional de Energía Comisión del Mercado de Telecomunicaciones. - Competencias generales de cada organismo y específicas del personal. Los entes privados de protección al consumidor. Tipología de entes privados y su organigrama funcional: Asociaciones de consumidores. Asociaciones sectoriales Cooperativas de consumo.

3 Departamentos de atención al consumidor en las empresas

Dependencia funcional en la empresa:

- Organigramas.
- Interrelaciones.

Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente:

- Naturaleza.
- Efectos.

El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al consumidor:

- Relaciones públicas.
- Establecimiento de canales de comunicación con el cliente.

4 Reclamaciones y denuncias

Normativa reguladora en caso de reclamación/denuncia.

Procedimiento de recogida de las reclamaciones/denuncias.

- Elementos formales que contextualizan la reclamación.
- Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.
- Configuración documental de la reclamación.

Tramitación y gestión:

- Proceso de tramitación de una reclamación:
- Plazos de presentación.
- Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes.

La actuación administrativa y los actos administrativos:

- Concepto y elementos.
- Clases.
- Eficacia de los actos.
- El silencio administrativo.

5 Mediación y arbitraje

Concepto y características.

Situaciones en las que se puede originar una mediación/arbitraje de consumo.

La mediación:

- Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación.
- Requisitos exigibles.
- Aspectos formales.
- Procedimientos seguidos.

El arbitraje de consumo:

- Legislación aplicable a las situaciones de arbitraje en consumo.
- Juntas arbitrales.
- Organigrama funcional.
- Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje.
- Procedimientos aplicables.

6 La comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones

Procesos de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones Tipos de procesos de comunicación: - Interpersonal. - Telefónica. - Escrita. Técnicas: - La escucha activa y empática. - Asertividad. - Otras. Tratamiento al cliente, consumidor y usuario ante las quejas y reclamaciones Habilidades personales y sociales.

7 La negociación

Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor).

Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones.

Caracterización de los distintos tipos de clientes/consumidores/usuarios.

Planes de negociaciones:

- Preparación.
- Desarrollo.

8 Calidad del servicio

Tratamiento de anomalías:

- Forma.
- Plazos.
- Incidencias/anomalías.

Procedimientos de control del servicio:

- Parámetros de control.
- Técnicas de control.

Evaluación y control del servicio:

- Métodos de evaluación.
- Medidas correctoras.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Aula de gestión de 45 m²

Perfil profesional del formador o formadora:

1.- Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:

- Formación académica de Diplomado y de otras de igual o superior nivel relacionadas con este campo profesional.
- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2.- Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 4

COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel:	2
Código:	MF9998_2
Asociado a la UC:	UC9998_2 - COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas de interpretación de ideas derivadas de informaciones orales en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, dentro del propio campo de especialización o de interés laboral, emitidas de forma presencial o a través de cualquier medio o soporte de comunicación sin excesivos ruidos ni distorsiones.

CE1.1 Captar los puntos principales y detalles relevantes de mensajes grabados o de viva voz, bien articulados, que contengan instrucciones, indicaciones u otra información entre varios interlocutores.

CE1.2 Comprender conversaciones informales en transacciones y gestiones cotidianas y estructuradas, o menos habituales, sobre temas de un entorno personal - identificación personal, intereses, otros-, familiar y profesional de clientes tipo.

CE1.3 Interpretar instrucciones y mensajes orales, comprendiendo aspectos generales, realizando anotaciones y consiguiendo aclaraciones sobre aspectos ambiguos, siempre que pueda pedir que se le repita, o que se reformule, aclare o elabore algo de lo que se le ha dicho.

CE1.4 En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones orales, en una situación profesional definida en la que se simula la atención a un cliente:

- Identificar las demandas formuladas oralmente por el cliente, interno o externo, explicando las ideas principales a un superior.
- Identificar los elementos no verbales de comunicación, haciendo evidente al interlocutor que se le presta la atención requerida.
- Realizar anotaciones sobre elementos importantes del mensaje mientras se escucha el mismo.
- Aplicar estrategias para favorecer y confirmar la recepción del mensaje.

C2: Aplicar técnicas de interpretación con un nivel de usuario básico en documentos escritos en lengua inglesa, con distintos tipos de informaciones y formato, garantizando la comprensión de textos cortos y simples, que traten de asuntos cotidianos o de su área de interés o especialización.

CE2.1 Interpretar el sentido general, los puntos principales e información relevante de documentos con léxico habitual o menos frecuente, dentro de un área de interés o especialidad

profesional e identificar herramientas y recursos de traducción de acceso rápido, justificando su uso.

CE2.2 Interpretar el mensaje de cartas, faxes o correos electrónicos de carácter formal, oficial o institucional como para poder reaccionar en consecuencia.

CE2.3 Localizar con facilidad información específica de carácter concreto en textos periodísticos en cualquier soporte, bien estructurados y de extensión media, reconociendo las ideas significativas e identificando las conclusiones principales siempre que se puedan releer alguna de las partes.

CE2.4 Identificar, entendiendo la información específica de carácter concreto en páginas Web y otros materiales de referencia o consulta claramente estructurados sobre asuntos ocupacionales relacionados con su especialidad o con sus intereses.

CE2.5 En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones escritas, a partir de documentos reales y habituales pertenecientes al campo de especialización:

- Identificar el tipo de información solicitada en cada apartado a fin de dar cumplida contestación.
- Identificar las características del tipo de documento incorporando la información demandada.
- Extraer detalles específicos tales como nombres, horas, fechas, tarifas, cuotas, precios, características técnicas, u otras, de fuentes y textos diversos.
- Interpretar con exactitud expresiones específicas del ámbito profesional.
- Inferir el posible significado de palabras y expresiones desconocidas a partir del análisis del contexto en el que se encuentran.
- Traducir el contenido de los documentos garantizando el respeto a la temática de la actividad profesional.
- Comprobar la comprensión y comunicarlo a la persona responsable.

CE2.6 Comprender la información específica de carácter concreto en avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro.

CE2.7 Contextualizar la información traducida en textos escritos en lengua inglesa con un nivel de usuario básico.

CE2.8 Traducir la documentación no compleja ni extensa de manera precisa, utilizando las herramientas de traducción adaptadas a la comprensión del texto.

C3: Expresarse oralmente, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, demostrando claridad y detalle, en situaciones tipo no complejas del ámbito social y profesional, adecuando el discurso a la situación comunicativa.

CE3.1 Identificar transacciones y gestiones tales como estructuras, registros y formalidades obteniendo los datos precisos para el desarrollo de la actividad profesional.

CE3.2 En un supuesto práctico de simulaciones de transmisión de mensajes e instrucciones orales de forma presencial, directa, o telefónica:

- Transmitir el mensaje propuesto de forma precisa, clara.
- Describir oralmente las fases de las instrucciones o procedimientos propuestos, demostrando precisión.
- Utilizar el vocabulario correspondiente, así como otros elementos del lenguaje que produzcan un discurso claro y coherente.
- Expresar sugerencias comprobando su efecto sobre el interlocutor.
- Ofrecer la información verbal de forma clara en un discurso comprensible.

CE3.3 Analizar la información no oral que se produce en intercambios o conversaciones para ser contrastada con el contexto y así conseguir los datos a obtener.

CE3.4 Participar en conversaciones sencillas, formales, entrevistas y reuniones de carácter laboral, sobre temas habituales en estos contextos, intercambiando información y opiniones

CE3.5 Utilizar con corrección el léxico específico del ámbito profesional con flexibilidad, adaptándolo a las características socioculturales del interlocutor y a las del contexto comunicativo dado, adecuando la formulación del discurso, el registro y los elementos no verbales de la comunicación.

C4: Mantener conversaciones comprensibles, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, comprendiendo y proporcionando explicaciones en situaciones habituales tipo, rutinarias del ámbito profesional.

CE4.1 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, en simulaciones previamente definidas de atención y asesoramiento de clientes a través de conversaciones uno a uno:

- Aplicar las normas de protocolo en el discurso con el interlocutor.
- Informar utilizando las normas de protocolo y cortesía en el registro lingüístico.
- Emplear las estructuras y fórmulas de cortesía de la lengua y cultura del interlocutor, aplicándolas en saludos, despedidas, ofrecimientos, peticiones u otras.
- Expresarse con corrección, de manera comprensible, empleando las expresiones léxicas específicas adecuadas a la actividad profesional.
- Valorar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

CE4.2 Utilizar el vocabulario técnico adecuado en el marco de la actividad profesional, demostrando el nivel de eficacia y corrección que permita la comunicación, utilizando las expresiones técnicas habituales en las conversaciones con pautas de cortesía asociadas a la cultura de la lengua utilizada y del interlocutor.

CE4.3 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, previamente definido en el que se plantean situaciones delicadas o conflictivas:

- Identificar las normas de protocolo, aplicándolas en el saludo al interlocutor.
- Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta, queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje y la entonación adecuada a la situación.
- Pedir disculpas comunicando de manera sucinta los errores cometidos.
- Reformular las expresiones en las que se presentan dificultades.
- Valorar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.
- Presentar la situación al superior responsable para que él se encargue de su resolución.

C5: Aplicar técnicas de redacción y cumplimentación de documentos profesionales sencillos y habituales en las actividades laborales, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, de manera precisa y en todo tipo de soporte, utilizando el lenguaje técnico apropiado, y aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica.

CE5.1 Utilizar con corrección los elementos gramaticales, los signos de puntuación y la ortografía de las palabras de uso general y de las especialidades de su actividad profesional, así como un repertorio de estructuras habituales relacionadas con las situaciones más predecibles, no generando en ningún caso malentendidos y generando efecto de profesionalidad en el destinatario.

CE5.2 Incorporar a la producción del texto escrito los conocimientos socioculturales y sociolingüísticos adquiridos relativos a relaciones interpersonales y convenciones sociales, seleccionando y aportando información, ajustando la expresión al destinatario, al propósito comunicativo, al tema tratado y al soporte textual con cortesía.

CE5.3 En un supuesto práctico de gestión de reclamaciones, incidencias o malentendidos:

- Identificar los documentos para la formalización de la gestión deseada.
- Describir por escrito las características esenciales de la información o requerimiento propuesto.
- Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta, queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje adecuado a la actividad profesional.
- Redactar un conjunto de instrucciones dirigidas al destinatario propio de la comunicación.
- Complimentar el documento específico detallando los datos requeridos con precisión.
- Resumir las informaciones procedentes de diversas fuentes en un informe breve y sencillo.
- Verificar la corrección gramatical y ortográfica del texto.
- Pedir disculpas comunicando de manera clara y sencilla los errores cometidos.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.4; C2 respecto a CE2.5; C3 respecto a CE3.2; C4 respecto a CE4.1 y CE4.3; C5 respecto a CE5.3

Otras Capacidades:

Interpretar y ejecutar instrucciones de trabajo

Aprender nuevos conceptos o procedimientos y aprovechar eficazmente la formación utilizando los conocimientos adquiridos.

Mantener una actitud asertiva, empática y conciliadora con los demás demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.

Adoptar códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad.

Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

Contenidos

1 Comprensión del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Comprensión de textos orales: expresión e interacción.

Estrategias de comprensión: movilización de información previa sobre tipo de tarea y tema, identificación del tipo textual, adaptando la comprensión al mismo, distinción de tipos de comprensión, formulación de hipótesis sobre contenido y contexto, reformulación de hipótesis e información a partir de la comprensión de nuevos elementos, reconocimiento del léxico escrito común, distinción y aplicación a la comprensión del texto oral, los significados y funciones específicos generalmente asociados a diversas estructuras sintácticas de uso común según el contexto de comunicación, aspectos socioculturales y sociolingüísticos: convenciones sociales, normas de cortesía y registros; costumbres, valores, creencias y actitudes.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común (recepción).

Patrones sonoros acentuales, rítmicos y de entonación.

2 Elaboración del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Producción de textos orales: expresión e interacción.

Estrategias de producción.

Planificación: concebir el mensaje con claridad, distinguiendo su idea o ideas principales y su estructura básica, adecuar el texto al destinatario, contexto y canal.

Ejecución: expresar el mensaje con claridad y coherencia, estructurándolo adecuadamente y ajustándose, en su caso, a los modelos y fórmulas de cada tipo de texto, reajustar la tarea o el mensaje, tras valorar las dificultades y los recursos disponibles, apoyarse en y sacar el máximo partido de los conocimientos previos, compensar las carencias lingüísticas mediante procedimientos lingüísticos, paralingüísticos o paratextuales.

Lingüísticos: definir o parafrasear un término o expresión, pedir ayuda, señalar objetos, usar deícticos o realizar acciones que aclaran el significado, usar lenguaje corporal culturalmente pertinente -gestos, expresiones faciales, posturas, contacto visual o corporal- y cualidades prosódicas convencionales.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común (producción).

3 Comprensión del mensaje escrito emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Comprensión de textos escritos: expresión e interacción.

Estrategias de comprensión: identificación de información esencial, los puntos más relevantes y detalles importantes en textos, distinción de tipo de texto y aplicar las estrategias más adecuadas para comprender el sentido general, la información esencial, los puntos e ideas principales o los detalles relevantes del texto, aplicación a la comprensión del texto, los conocimientos sociolingüísticos, inferencia y formulación de hipótesis sobre significados a partir de la comprensión de distintos elementos, distinción de la función o funciones comunicativas principales del texto, reconocimiento del léxico escrito común y estructuras sintácticas de uso frecuente.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico escrito de uso común (producción).

Patrones gráficos y convenciones ortográficas.

4 Producción del mensaje escrito emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Producción de textos escritos: expresión e interacción.

Estrategias de producción. Planificación: movilizar las competencias generales y comunicativas con el fin de realizar eficazmente la actividad profesional, localizar y usar recursos lingüísticos o temáticos.

Ejecución: expresar el mensaje con claridad ajustándose a los modelos y fórmulas de cada tipo de texto, reajustar la tarea o el mensaje tras valorar las dificultades y los recursos disponibles, apoyarse en y sacar el máximo partido de los conocimientos previos, ajustarse a los patrones ortográficos, de puntuación y de formato de uso común, y algunos de carácter más específico.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico escrito de uso común (producción).

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos, salud laboral, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Instalación de 3 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la comunicación en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:

- Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.

- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.