

I. Guía pedagógica del módulo Manejo de técnicas de atención al cliente

Contenido

	Pág.
I. Guía pedagógica	
1. Descripción	3
2. Datos de identificación de la norma	4
3. Generalidades pedagógicas	5
4. Enfoque del módulo	12
5. Orientaciones didácticas y estrategias de aprendizaje por unidad	13
6. Prácticas/ejercicios/problemas/actividades	23
II. Guía de evaluación	28
7. Descripción	29
8. Tabla de ponderación	33
9. Materiales para el desarrollo de actividades de evaluación	34
10. Matriz de valoración o rúbrica	35

1. Descripción

La Guía Pedagógica es un documento que integra elementos técnico-metodológicos planteados de acuerdo con los principios y lineamientos del **Modelo Académico del CONALEP** para orientar la práctica educativa del docente en el desarrollo de competencias previstas en los programas de estudio.

La finalidad que tiene esta guía es facilitar el aprendizaje de los alumnos, encauzar sus acciones y reflexiones y proporcionar situaciones en las que desarrollará las competencias. El docente debe asumir conscientemente un rol que facilite el proceso de aprendizaje, proponiendo y cuidando un encuadre que favorezca un ambiente seguro en el que los alumnos puedan aprender, tomar riesgos, equivocarse extrayendo de sus errores lecciones significativas, apoyarse mutuamente, establecer relaciones positivas y de confianza, crear relaciones significativas con adultos a quienes respetan no por su estatus como tal, sino como personas cuyo ejemplo, cercanía y apoyo emocional es valioso.

Es necesario destacar que el desarrollo de la competencia se concreta en el aula, ya que **formar con un enfoque en competencias significa crear experiencias de aprendizaje para que los alumnos adquieran la capacidad de movilizar, de forma integral, recursos que se consideran indispensables para saber resolver problemas en diversas situaciones o contextos**, e involucran las dimensiones cognitiva, afectiva y psicomotora; por ello, los programas de estudio, describen las competencias a desarrollar, entendiéndolas como la combinación integrada de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que permiten el logro de un desempeño eficiente, autónomo, flexible y responsable del individuo en situaciones específicas y en un contexto dado. En consecuencia, la competencia implica la comprensión y transferencia de los conocimientos a situaciones de la vida real; ello exige relacionar, integrar, interpretar, inventar, aplicar y transferir los saberes a la resolución de problemas. Esto significa que **el contenido, los medios de enseñanza, las estrategias de aprendizaje, las formas de organización de la clase y la evaluación se estructuran en función de la competencia a formar**; es decir, el énfasis en la proyección curricular está en lo que los alumnos tienen que aprender, en las formas en cómo lo hacen y en su aplicación a situaciones de la vida cotidiana y profesional.

Considerando que el alumno está en el centro del proceso formativo, se busca acercarle elementos de apoyo que le muestren qué **competencias** va a desarrollar, cómo hacerlo y la forma en que se le evaluará. Es decir, mediante la guía pedagógica el alumno podrá **autogestionar su aprendizaje** a través del uso de estrategias flexibles y apropiadas que se transfieran y adopten a nuevas situaciones y contextos e ir dando seguimiento a sus avances a través de una autoevaluación constante, como base para mejorar en el logro y desarrollo de las competencias indispensables para un crecimiento académico y personal.

2. Datos de identificación de la norma

Título:			
Unidad (es) de Norma Técnica de Competencia Laboral:			
Código:		Nivel de competencia:	

3. Generalidades pedagógicas

Con el propósito de difundir los criterios a considerar en la instrumentación de la presente guía entre los docentes y personal académico de planteles y Colegios Estatales, se describen **algunas consideraciones** respecto al desarrollo e intención de las competencias expresadas en los módulos correspondientes a la formación básica, propedéutica y profesional.

Los principios asociados a la **concepción constructivista del aprendizaje** mantienen una estrecha relación con los de la **educación basada en competencias**, la cual se ha concebido en el Colegio como el enfoque idóneo para orientar la formación ocupacional de los futuros profesionales técnicos y profesionales técnicos-bachiller. Este enfoque constituye una de las opciones más viables para lograr la vinculación entre la educación y el sector productivo de bienes y servicios.

En los programas de estudio se proponen una serie de contenidos que se considera conveniente abordar para obtener los **Resultados de Aprendizaje establecidos**; sin embargo, se busca que este planteamiento le dé al docente la posibilidad de **desarrollarlos con mayor libertad y creatividad**.

En este sentido, se debe considerar que el papel que juegan el alumno y el docente en el marco del **Modelo Académico del CONALEP** tenga, entre otras, las siguientes características:

El alumno:	El docente:
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mejora su capacidad para resolver problemas. ❖ Aprende a trabajar en grupo y comunica sus ideas. ❖ Aprende a buscar información y a procesarla. ❖ Construye su conocimiento. ❖ Adopta una posición crítica y autónoma. ❖ Realiza los procesos de autoevaluación y coevaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Organiza su formación continua a lo largo de su trayectoria profesional. ❖ Domina y estructura los saberes para facilitar experiencias de aprendizaje significativo. ❖ Planifica los procesos de enseñanza y de aprendizaje atendiendo al enfoque por competencias, y los ubica en contextos disciplinares, curriculares y sociales amplios. ❖ Lleva a la práctica procesos de enseñanza y de aprendizaje de manera efectiva, creativa e innovadora a su contexto institucional. ❖ Evalúa los procesos de enseñanza y de aprendizaje con un enfoque formativo. ❖ Construye ambientes para el aprendizaje autónomo y colaborativo. ❖ Contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes. ❖ Participa en los proyectos de mejora continua de su escuela y apoya la gestión institucional.

En esta etapa se requiere una mejor y mayor organización académica que apoye en forma relativa la actividad del alumno, que en este caso es mucho mayor que la del docente; lo que no quiere decir que su labor sea menos importante. **El docente en lugar de transmitir vertical y unidireccionalmente los conocimientos, es un mediador del aprendizaje**, ya que:

- Planea y diseña experiencias y actividades necesarias para la adquisición de las competencias previstas. Asimismo, define los ambientes de aprendizaje, espacios y recursos adecuados para su logro.
- Proporciona oportunidades de aprendizaje a los estudiantes apoyándose en metodologías y estrategias didácticas pertinentes a los Resultados de Aprendizaje.
- Ayuda también al alumno a asumir un rol más comprometido con su propio proceso, invitándole a tomar decisiones.
- Facilita el aprender a pensar, fomentando un nivel más profundo de conocimiento.
- Ayuda en la creación y desarrollo de grupos colaborativos entre los alumnos.
- Guía permanentemente a los alumnos.
- Motiva al alumno a poner en práctica sus ideas, animándole en sus exploraciones y proyectos.

Considerando la importancia de que el docente planee y despliegue con libertad su experiencia y creatividad para el desarrollo de las competencias consideradas en los programas de estudio y especificadas en los Resultados de Aprendizaje, en las competencias de las Unidades de Aprendizaje, así como en la competencia del módulo; **podrá proponer y utilizar todas las estrategias didácticas que considere necesarias** para el logro de estos fines educativos, con la recomendación de que fomente, preferentemente, las estrategias y técnicas didácticas que se describen en este apartado.

Al respecto, entenderemos como estrategias didácticas los planes y actividades orientados a un desempeño exitoso de los resultados de aprendizaje, que incluyen estrategias de enseñanza, estrategias de aprendizaje, métodos y técnicas didácticas, así como, acciones paralelas o alternativas que el docente y los alumnos realizarán para obtener y verificar el logro de la competencia; bajo este tenor, **la autoevaluación debe ser considerada también como una estrategia por excelencia para educar al alumno en la responsabilidad y para que aprenda a valorar, criticar y reflexionar sobre el proceso de enseñanza y su aprendizaje individual.**

Es así como la selección de estas estrategias debe orientarse hacia un enfoque constructivista del conocimiento y estar dirigidas a que **los alumnos observen y estudien su entorno**, con el fin de generar nuevos conocimientos en contextos reales y el desarrollo de las capacidades reflexivas y críticas de los alumnos.

Desde esta perspectiva, a continuación se describen brevemente los tipos de aprendizaje que guiarán el diseño de las estrategias y las técnicas que deberán emplearse para el desarrollo de las mismas:

TIPOS DE APRENDIZAJES

Aprendizaje Significativo

Se fundamenta en una concepción constructivista del aprendizaje, la cual se nutre de diversas concepciones asociadas al cognoscitivismo, como la teoría psicogenética de Jean Piaget, el enfoque sociocultural de Vygotsky y la teoría del aprendizaje significativo de Ausubel.

Dicha concepción sostiene que el ser humano tiene la disposición de **aprender verdaderamente sólo aquello a lo que le encuentra sentido** en virtud de que está vinculado con su entorno o con sus conocimientos previos. Con respecto al comportamiento del alumno, se espera que sean capaces de desarrollar aprendizajes significativos, en una amplia gama de situaciones y circunstancias, lo cual equivale a **“aprender a aprender”**, ya que de ello depende la construcción del conocimiento.

Aprendizaje Colaborativo.

El aprendizaje colaborativo puede definirse como el conjunto de métodos de instrucción o entrenamiento para uso en grupos, así como de estrategias para propiciar el desarrollo de habilidades mixtas (aprendizaje y desarrollo personal y social). En el aprendizaje colaborativo **cada miembro del grupo es responsable de su propio aprendizaje, así como del de los restantes miembros del grupo** (Johnson, 1993.)

Más que una técnica, el aprendizaje colaborativo es considerado una filosofía de interacción y una forma personal de trabajo, que implica el manejo de aspectos tales como el **respeto a las contribuciones y capacidades individuales de los miembros del grupo** (Maldonado Pérez, 2007). Lo que lo distingue de otro tipo de situaciones grupales, es el desarrollo de la interdependencia positiva entre los alumnos, es decir, de una toma de conciencia de que **sólo es posible lograr las metas individuales de aprendizaje si los demás compañeros del grupo también logran las suyas**.

El aprendizaje colaborativo surge a través de transacciones entre los alumnos, o entre el docente y los alumnos, en un proceso en el cual cambia la responsabilidad del aprendizaje, del docente como experto, al alumno, y asume que el docente es también un sujeto que aprende. Lo más importante en la formación de grupos de trabajo colaborativo es vigilar que los elementos básicos estén claramente estructurados en cada sesión de trabajo. Sólo de esta manera se puede lograr que se produzca, tanto el esfuerzo colaborativo en el grupo, como una estrecha relación entre la colaboración y los resultados (Johnson & F. Johnson, 1997).

Los elementos básicos que deben estar presentes en los grupos de trabajo colaborativo para que éste sea efectivo son:

- la interdependencia positiva.
- la responsabilidad individual.
- la interacción promotora.
- el uso apropiado de destrezas sociales.
- el procesamiento del grupo.

Asimismo, el trabajo colaborativo se caracteriza principalmente por lo siguiente:

- Se desarrolla mediante acciones de cooperación, responsabilidad, respeto y comunicación, en forma sistemática, entre los integrantes del grupo y subgrupos.
- Va más allá que sólo el simple trabajo en equipo por parte de los alumnos. Básicamente se puede orientar a que los alumnos intercambien información y trabajen en tareas hasta que todos sus miembros las han entendido y terminado, aprendiendo a través de la colaboración.
- Se distingue por el desarrollo de una interdependencia positiva entre los alumnos, en donde se tome conciencia de que sólo es posible lograr las metas individuales de aprendizaje si los demás compañeros del grupo también logran las suyas.
- Aunque en esencia esta estrategia promueve la actividad en pequeños grupos de trabajo, se debe cuidar en el planteamiento de las actividades que cada integrante obtenga una evidencia personal para poder integrarla a su portafolio de evidencias.

Aprendizaje Basado en Problemas.

Consiste en la presentación de **situaciones reales o simuladas** que requieren la aplicación del conocimiento, en las cuales el **alumno debe analizar la situación y elegir o construir una o varias alternativas para su solución** (Díaz Barriga Arceo, 2003). Es importante aplicar esta estrategia ya que **las competencias se adquieren en el proceso de solución de problemas** y en este sentido, el alumno aprende a solucionarlos cuando se enfrenta a problemas de su vida cotidiana, a problemas vinculados con sus vivencias dentro del Colegio o con la profesión. Asimismo, el alumno se apropia de los conocimientos, habilidades y normas de comportamiento que le permiten la aplicación creativa a nuevas situaciones sociales, profesionales o de aprendizaje, por lo que:

- Se puede trabajar en forma individual o de grupos pequeños de alumnos que se reúnen a analizar y a resolver un problema seleccionado o diseñado especialmente para el logro de ciertos resultados de aprendizaje.
- Se debe presentar primero el problema, se identifican las necesidades de aprendizaje, se busca la información necesaria y finalmente se regresa al problema con una solución o se identifican problemas nuevos y se repite el ciclo.
- Los problemas deben estar diseñados para motivar la búsqueda independiente de la información a través de todos los medios disponibles para el alumno y además generar discusión o controversia en el grupo.
- El mismo diseño del problema debe estimular que los alumnos utilicen los aprendizajes previamente adquiridos.
- El diseño del problema debe comprometer el interés de los alumnos para examinar de manera profunda los conceptos y objetivos que se quieren aprender.
- El problema debe estar en relación con los objetivos del programa de estudio y con problemas o situaciones de la vida diaria para que los alumnos encuentren mayor sentido en el trabajo que realizan.
- Los problemas deben llevar a los alumnos a tomar decisiones o hacer juicios basados en hechos, información lógica y fundamentada, y obligarlos a justificar sus decisiones y razonamientos.
- Se debe centrar en el alumno y no en el docente.

TÉCNICAS

Método de proyectos.

Es una técnica didáctica que incluye actividades que pueden requerir que los alumnos investiguen, construyan y analicen información que coincida con los objetivos específicos de una tarea determinada en la que se organizan actividades desde una perspectiva experiencial, donde el alumno aprende a través de la práctica personal, activa y directa con el propósito de aclarar, reforzar y construir aprendizajes (Intel Educación).

Para definir proyectos efectivos se debe considerar principalmente que:

- Los alumnos son el centro del proceso de aprendizaje.
- Los proyectos se enfocan en resultados de aprendizaje acordes con los programas de estudio.
- Las preguntas orientadoras conducen la ejecución de los proyectos.
- Los proyectos involucran múltiples tipos de evaluaciones continuas.
- El proyecto tiene conexiones con el mundo real.
- Los alumnos demuestran conocimiento a través de un producto o desempeño.
- La tecnología apoya y mejora el aprendizaje de los alumnos.
- Las destrezas de pensamiento son integrales al proyecto.

Para el presente módulo se hacen las siguientes recomendaciones:

- Integrar varios módulos mediante el método de proyectos, lo cual es ideal para desarrollar un trabajo colaborativo.
- En el planteamiento del proyecto, cuidar los siguientes aspectos:
 - ✓ Establecer el alcance y la complejidad.
 - ✓ Determinar las metas.
 - ✓ Definir la duración.
 - ✓ Determinar los recursos y apoyos.
 - ✓ Establecer preguntas guía. Las preguntas guía conducen a los alumnos hacia el logro de los objetivos del proyecto. La cantidad de preguntas guía es proporcional a la complejidad del proyecto.
 - ✓ Calendarizar y organizar las actividades y productos preliminares y definitivos necesarias para dar cumplimiento al proyecto.
- Las actividades deben ayudar a responsabilizar a los alumnos de su propio aprendizaje y a aplicar competencias adquiridas en el salón de clase en proyectos reales, cuyo planteamiento se basa en un problema real e involucra distintas áreas.

- El proyecto debe implicar que los alumnos participen en un proceso de investigación, en el que utilicen diferentes estrategias de estudio; puedan participar en el proceso de planificación del propio aprendizaje y les ayude a ser flexibles, reconocer al "otro" y comprender su propio entorno personal y cultural. Así entonces se debe favorecer el desarrollo de estrategias de indagación, interpretación y presentación del proceso seguido.
- De acuerdo a algunos teóricos, mediante el método de proyectos los alumnos buscan soluciones a problemas no convencionales, cuando llevan a la práctica el hacer y depurar preguntas, debatir ideas, hacer predicciones, diseñar planes y/o experimentos, recolectar y analizar datos, establecer conclusiones, comunicar sus ideas y descubrimientos a otros, hacer nuevas preguntas, crear artefactos o propuestas muy concretas de orden social, científico, ambiental, etc.
- En la gran mayoría de los casos los proyectos se llevan a cabo fuera del salón de clase y, dependiendo de la orientación del proyecto, en muchos de los casos pueden interactuar con sus comunidades o permitirle un contacto directo con las fuentes de información necesarias para el planteamiento de su trabajo. Estas experiencias en las que se ven involucrados hacen que aprendan a manejar y usar los recursos de los que disponen como el tiempo y los materiales.
- Como medio de evaluación se recomienda que todos los proyectos tengan una o más presentaciones del avance para evaluar resultados relacionados con el proyecto.
- Para conocer acerca del progreso de un proyecto se puede:
 - ✓ Pedir reportes del progreso.
 - ✓ Presentaciones de avance,
 - ✓ Monitorear el trabajo individual o en grupos.
 - ✓ Solicitar una bitácora en relación con cada proyecto.
 - ✓ Calendarizar sesiones semanales de reflexión sobre avances en función de la revisión del plan de proyecto.

Estudio de casos.

El estudio de casos es una técnica de enseñanza en la que los alumnos **aprenden sobre la base de experiencias y situaciones de la vida real**, y se permiten así, construir su propio aprendizaje en un contexto que los aproxima a su entorno. Esta técnica se basa en la participación activa y en procesos colaborativos y democráticos de discusión de la situación reflejada en el caso, por lo que:

- Se deben representar situaciones problemáticas diversas de la vida para que se estudien y analicen.
- Se pretende que los alumnos generen soluciones válidas para los posibles problemas de carácter complejo que se presenten en la realidad futura.
- Se deben proponer datos concretos para reflexionar, analizar y discutir en grupo y encontrar posibles alternativas para la solución del problema planteado. Guiar al alumno en la generación de alternativas de solución, le permite desarrollar la habilidad creativa, la capacidad de innovación y representa un recurso para conectar la teoría a la práctica real.

- Debe permitir reflexionar y contrastar las propias conclusiones con las de otros, aceptarlas y expresar sugerencias.

El estudio de casos es pertinente usarlo cuando se pretende:

- Analizar un problema.
- Determinar un método de análisis.
- Adquirir agilidad en determinar alternativas o cursos de acción.
- Tomar decisiones.

Algunos teóricos plantean las siguientes fases para el estudio de un caso:

- **Fase preliminar:** Presentación del caso a los participantes
- **Fase de eclosión:** "Explosión" de opiniones, impresiones, juicios, posibles alternativas, etc., por parte de los participantes.
- **Fase de análisis:** En esta fase es preciso llegar hasta la determinación de aquellos hechos que son significativos. Se concluye esta fase cuando se ha conseguido una síntesis aceptada por todos los miembros del grupo.
- **Fase de conceptualización:** Es la formulación de conceptos o de principios concretos de acción, aplicables en el caso actual y que permiten ser utilizados o transferidos en una situación parecida.

Interrogación.

Consiste en llevar a los alumnos a la **discusión y al análisis de situaciones o información**, con base en preguntas planteadas y formuladas por el docente o por los mismos alumnos, con el fin de explorar las capacidades del pensamiento al activar sus procesos cognitivos; se recomienda **integrar esta técnica de manera sistemática y continua** a las anteriormente descritas y al abordar cualquier tema del programa de estudio.

Participativo-vivenciales.

Son un conjunto de elementos didácticos, sobre todo los que exigen un grado considerable de **involucramiento y participación de todos los miembros del grupo** y que sólo tienen como límite el grado de imaginación y creatividad del facilitador.

Los ejercicios vivenciales son una alternativa para llevar a cabo el proceso enseñanza-aprendizaje, no sólo porque facilitan la transmisión de conocimientos, sino porque además permiten **identificar y fomentar aspectos de liderazgo, motivación, interacción y comunicación del grupo**, etc., los cuales son de vital importancia para la organización, desarrollo y control de un grupo de aprendizaje.

Los ejercicios vivenciales resultan ser una situación planeada y estructurada de tal manera que representan una experiencia muy atractiva, divertida y hasta emocionante. El juego significa apartarse, salirse de lo rutinario y monótono, para asumir un papel o personaje a través del cual el individuo pueda manifestar lo que verdaderamente es o quisiera ser sin temor a la crítica, al rechazo o al ridículo.

El desarrollo de estas experiencias se encuentra determinado por los conocimientos, habilidades y actitudes que el grupo requiera revisar o analizar y por sus propias vivencias y necesidades personales.

4. Enfoque del módulo

La competencia que se adquiere con el desarrollo del módulo, implica manejar las técnicas de atención a clientes, en las etapas de recepción y entrega de equipos, maquinaria y/o sistemas, para el fomento y desarrollo de una cultura de calidad humana en las diversas situaciones vivenciales del alumno. El estudio de este módulo es el inicio del trayecto técnico denominado Asesoría de servicios en sistemas mecatrónicos, el cual consta de tres módulos; en el primer módulo se ve lo referente al manejo de técnicas de atención al cliente, en el segundo se trata de la administración de la calidad y se concluye con el tercer módulo denominado presupuestación de servicios. En otras carreras del área industrial, tiene como finalidad que el alumno lleve a cabo la aplicación de técnicas de atención al cliente en las etapas de recepción y entrega de diversos sistemas.

El servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

El presente módulo tiene como objetivo, que el alumno desarrolle las habilidades de comunicación y de relaciones interpersonales, las cuales le permitirán prestar los servicios de una manera más humana, y no ser considerados solo como técnicos fríos y deshumanizados. Estas habilidades el alumno las debe de aplicar en las etapas de recepción, servicio, facturación y entrega. El módulo desarrolla habilidades y conocimientos que son aplicados a lo largo de su formación y en los módulos subsecuentes de la carrera.

Dado la naturaleza de formación integral, el módulo también fomenta en el alumno el desarrollo de las competencias disciplinares básicas y genéricas tales como la interpretación y emisión de mensajes pertinentes en distintos contextos mediante el uso de medios, códigos y herramientas apropiados para el desarrollo de algunos temas, estableciendo una postura personal sobre los temas abordados e identificando su relevancia general en su formación, considerando otros puntos de vista de manera crítica y reflexiva, y manteniendo relaciones interpersonales positivas con sus maestros y compañeros de grupo; mostrando una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales; desarrollando habilidades matemáticas; desarrollando innovaciones y proponiendo soluciones a problemas a partir de métodos establecidos en cualquier campo del conocimiento.

5. Orientaciones didácticas y estrategias de aprendizaje por unidad

Unidad I:	Identificación de los principios de atención al cliente.
Orientaciones didácticas (Dirigidas al docente)	
<p>En esta unidad el alumno desarrolla las competencias relativas a la identificación de los principios de atención al cliente, en la prestación de servicios de recepción y entrega de equipos, maquinaria y/o sistemas. Asimismo, se desarrollan las competencias genéricas aplicables de manera natural a las competencias profesionales expresadas en los Resultados de Aprendizaje (RA), con el fin de promover una formación integral en el alumno, por lo que, durante todo el módulo, se fomenta:</p> <ul style="list-style-type: none">• La autonomía, responsabilidad y cuidado de sí mismo, mediante el autoconocimiento que cada alumno va desarrollando, tanto de sus cualidades, como de las áreas en que debe trabajar para su reforzamiento, determinando las acciones de corto, mediano y largo plazo, necesarias para la consecución de los objetivos definidos, considerando los factores sociales, económicos y personales que pueden influir positiva o negativamente en los objetivos contemplados para planear, elegir alternativas y administrar los recursos con los que cuenta.• Que el alumno proponga soluciones a problemas reales o hipotéticos, con base en actividades de búsqueda de información objetiva y veraz, aplicación de lo aprendido, e innovación en los métodos establecidos. Asimismo, se promueve el análisis crítico y fundamentado.• El interés y el respeto por la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y que el alumno conozca puntos de vista diferentes sobre asuntos de interés público y personal, como condición para conformar el criterio personal de manera libre y sustentada.• El compromiso con el respeto a la persona, sin distinción de género, y la promoción de la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, asumiendo el alumno el papel de agente de cambio en el proceso de apertura de espacios de participación social y laboral de los que tradicionalmente se ha excluido al género femenino.• Que el alumno sea capaz de automotivarse en el logro de metas personales y académicas, de desarrollar la capacidad para regular y manejar sus propios impulsos y necesidades, asumir sus propios sentimientos y emociones y encauzarlos positivamente.• Que sea capaz de continuar aprendiendo de manera cada vez más eficaz y autónoma de acuerdo a los propios objetivos y necesidades, lo que implica aprender a autorregular su proceso de aprendizaje y a resolver diversas problemáticas de la vida académica y profesional, realizando de manera sistemática la planificación de las actividades de aprendizaje, la regulación de su proceso de aprendizaje y la evaluación de los	

Unidad I:

Identificación de los principios de atención al cliente.

Orientaciones didácticas (Dirigidas al docente)

resultados obtenidos tras la aplicación de la estrategia seleccionada.

- Que desarrolle capacidades para establecer una comunicación asertiva y efectiva, en diversos contextos, así como para identificar canales alternos y plurales que diversifiquen la obtención de la información y los enfoques con que ésta es tratada, utilizando una segunda lengua en situaciones cotidianas y en la consulta e interpretación de documentos técnicos.
- Que aprenda a desempeñarse en situaciones de aprendizaje cooperativo y colaborativo, interactuando y trabajando para el logro de los objetivos y metas de aprendizaje del grupo, lo que contribuye también al desarrollo personal y social del alumno.
- Que participe activamente en la democracia, traducida en una mayor equidad en diversos ámbitos sociales y profesionales de su entorno. Todo ello con capacidad de tolerancia y flexibilidad de criterio para alcanzar consensos.
- Que incorpore medidas de seguridad e higiene en el desempeño de sus actividades profesionales.
- Que adquiera el compromiso social de sustentabilidad, aplicable más allá de lo relativo al medio ambiente, orientándose a la satisfacción de las necesidades actuales, sin perjuicio de las futuras generaciones en el plano social, tecnológico, económico, cultural y cualquier otro que se relacione con la preservación y bienestar de la especie humana.
- Que aprenda a minimizar el impacto de sus actividades cotidianas sobre el medio ambiente; consuma responsablemente; se desempeñe con seguridad, calidad y ética en espacios naturales y urbanos; elimine contaminantes o las fuentes de riesgo antes de que se generen, y seleccione y emplee materiales reciclables y biodegradables.
- Que aprenda a movilizar sus recursos personales (conocimientos, habilidades, actitudes y valores) y utilizar estrategias efectivas de aprendizaje continuo para ingresar, mantenerse, desarrollarse y “navegar” en el mundo del trabajo, a lo largo de su trayectoria laboral, ya sea en contextos de trabajo dependientes como independientes.

Para esto, en la presente unidad se emplearán las técnicas de la interrogación y el estudio de casos, bajo el enfoque de aprendizaje significativo y colaborativo, descritos en el apartado 3 de la presente guía.

Actividades sugeridas:

1. Realiza una sesión de introducción al módulo, donde se establezcan las reglas para el desarrollo del módulo, las formas de trabajo, las actitudes y valores que se van a fomentar, así como la planeación del curso. Promueve en los alumnos valorar el arte como manifestación de la belleza y expresión de ideas, sensaciones y emociones y propone al grupo complementar su formación técnica con actividades de conocimiento y fomento del acervo cultural de su comunidad.

Unidad I:

Identificación de los principios de atención al cliente.

Orientaciones didácticas (Dirigidas al docente)

2. Solicita a los alumnos que realicen una investigación documental, acerca de los principios y las etapas del proceso que intervienen en la atención a clientes y que la entreguen utilizando medios digitales.
3. Organiza al grupo, para una presentación grupal de la investigación de los principios y las etapas del proceso que intervienen en la atención a clientes, cuidando la participación de todos los alumnos. Solicita que complementen su investigación con lo discutido en clase.
4. Solicita una investigación en fuentes bibliográficas, sobre los perfiles de los clientes, describiendo las características de cada uno de ellos, solicitando la elaboración de un mapa conceptual.
5. Organiza al grupo, en equipos de trabajo, y solicita que realicen una escenificación donde se aprecien las características de los clientes. Privilegia el diálogo durante el desarrollo de la escenificación como mecanismo para la solución de conflictos.
6. Solicita una investigación en fuentes bibliográficas, sobre los perfiles de los vendedores, describiendo las características de cada uno de ellos, solicitando la elaboración de un mapa conceptual.
7. Organiza al grupo en equipos de trabajo y solicita que realicen una escenificación donde se aprecien las características de los vendedores.
8. Expone los requisitos que busca el cliente en la prestación de un servicio y plantea un estudio de casos relativo a una mala prestación de servicios en las etapas de recepción del equipo, intervención del equipo, facturación y servicio de post entrega, considerando lo siguiente:
 - Organiza al grupo en equipos y reparte la descripción del caso que haya preparado.
 - Solicita el análisis del caso presentado y la identificación de las situaciones que llevaron a la presentación del problema detectado, debido a una mala prestación de servicios en las etapas de recepción del equipo, prestación del servicio al equipo, facturación y servicio de post entrega.
 - Solicita que a partir del análisis realizado, el equipo aporte sugerencias de posible solución, indicando ventajas y desventajas de cada una de ellas.
 - Explica la forma de priorizar las opciones de solución propuestas, de acuerdo con la relación costo – beneficio que se puede obtener para cada una de ellas, solicitando determinar cuál es la mejor opción para dar solución al caso presentado.
 - Solicita el reporte escrito del estudio de casos abordado, evaluando el resultado de las actividades desarrolladas de manera personal y en equipo.
- 9. Orienta y apoya en la Actividad No 1: “Elaboración de un catálogo de clientes”, perteneciente a la actividad de evaluación 1.3.1.**
10. Solicita una investigación en internet, sobre los tipos de factores que afectan la relación cliente-proveedor, solicitando que la entreguen en medios digitales.
11. Realiza en plenaria una discusión grupal, donde se consideren los factores que afectan la relación cliente-proveedor en las etapas de recepción del equipo, prestación del servicio al equipo, facturación y servicio de post entrega, solicitando un resumen de la actividad. Promueve en los alumnos asumir una actitud constructiva dentro de distintos equipos de trabajo.

Unidad I:	Identificación de los principios de atención al cliente.
Orientaciones didácticas (Dirigidas al docente)	
<p>12. Orienta y apoya en la Actividad No. 2: “Ensayo: Factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios”, perteneciente a la actividad de evaluación 1.4.1.</p> <p>13. Realiza un repaso de la unidad, para la reafirmación de competencias en el alumno.</p>	

Estrategias de aprendizaje (Dirigidas al alumno)	Recursos académicos
<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> Realiza una investigación documental, acerca de los principios y las etapas del proceso que intervienen en la atención a clientes, entregándola por medios digitales. Participa en la presentación grupal con la investigación realizada, acerca de los principios y las etapas del proceso que intervienen en la atención a clientes. Realiza una investigación en fuentes bibliográficas, sobre los perfiles de los clientes, describiendo las características de cada uno de ellos, y elabora un mapa conceptual. Realiza en equipo, una escenificación donde se aprecien las características de los clientes. Dialoga y aprende de personas con distintos puntos de vista y tradiciones culturales mediante la ubicación de sus propias circunstancias en un contexto más amplio para incidir sobre situaciones reales que enfrenta un profesional al ofrecer sus servicios. Realiza una investigación en fuentes bibliográficas, sobre los perfiles de los vendedores, describiendo las características de cada uno de ellos, y elabora un mapa conceptual. Realiza en equipo, una escenificación donde se aprecien las características de los vendedores. Asume una actitud acorde a su nivel académico y privilegia el diálogo como mecanismo para la solución de conflictos. Analiza el estudio de casos expuesto por el docente y genera sus propias conclusiones al enfrentarse una situación problemática originada por fallas debidas a una mala prestación de servicios en las etapas de recepción del equipo, intervención del equipo, facturación y 	<ul style="list-style-type: none"> Programa de estudios. Instrumento de evaluación diagnóstica. Computadora con Office y acceso a internet. Cañón. Brown, Andrew. <u>Gestión de la atención al cliente</u>, Ediciones Díaz de Santos, 1992. Paz Couso, Renata. <u>Atención al cliente: guía práctica de técnicas y estrategias</u>, Ideas propias Editorial S.L., 2006. García Ortiz, Francisco García Ortiz Pedro Pablo García Ortiz Mario Gil Muela. <u>Técnicas de servicio y atención al cliente. Hostelería y turismo</u>, Thomson, 2003. Londoño Mateus, María Claudia. <u>Atención al cliente y gestión de reclamaciones: en busca del Santo Grial</u>, España, FC Editorial, 2006. Tipos de Vendedores. Disponible en: http://www.promonegocios.net/venta/tipos-

Estrategias de aprendizaje (Dirigidas al alumno)	Recursos académicos
<p>servicio de post entrega, considerando el siguiente procedimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se integra a un equipo de trabajo y realiza la lectura guiada de la descripción del caso en el que se aborda una situación problemática originada por una mala prestación de servicios en las etapas de recepción del equipo, intervención del equipo, facturación y servicio de post entrega. - Analiza el caso presentado e identifica las situaciones que originaron el problema detectado. - Genera en equipo sugerencias de posible solución al caso descrito, indicando ventajas y desventajas de cada una de ellas y las expone al grupo solicitando comentarios al respecto. - A partir de la relación costo – beneficio desarrollada, elige la mejor propuesta para dar solución al estudio de casos abordado. - Elabora un reporte del caso analizado, en el que compara la solución obtenida con la expuesta por el docente, obteniendo sus propias conclusiones. <ul style="list-style-type: none"> • Atiende a la explicación del estudio de casos, referente a los requerimientos del cliente, considerando las etapas de recepción del equipo, prestación del servicio al equipo, facturación y servicio de post entrega, realizando preguntas al docente, sobre los aspectos no comprendidos. • Realiza la Actividad No. 1: “Elaboración de un catálogo de clientes”, perteneciente a la actividad de evaluación 1.3.1. • Elige las fuentes de información más relevantes y discrimina entre ellas de acuerdo a su relevancia y confiabilidad al realizar una investigación en internet, sobre los tipos de factores que afectan la relación cliente-proveedor, y elabora un resumen en medios digitales. • Participa en la discusión grupal con comentarios acerca de los factores que afectan la relación cliente-proveedor en las etapas de recepción del equipo, prestación del servicio al equipo, facturación y servicio de post entrega. • Realiza la Actividad No. 2: “Ensayo: Factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios”, perteneciente a la actividad de evaluación 1.4.1. 	<p>vendedores.html (10/07/15)</p>

Estrategias de aprendizaje (Dirigidas al alumno)	Recursos académicos
<ul style="list-style-type: none">Participa en el repaso de la unidad, expresando las dudas que tengas acerca de las competencias desarrolladas.	

Unidad II:

Manejo de técnicas de interacción con el cliente.

Orientaciones didácticas (Dirigidas al docente)

En esta unidad el alumno desarrolla las competencias relativas a la aplicación de las técnicas de interacción directa con cliente, mostrando una actitud profesional y con vocación en la prestación de servicios de recepción y entrega trabajos desarrollados en equipos, maquinaria y/o sistemas, y refuerza las competencias genéricas descritas en la Unidad de Aprendizaje I, con el fin de promover la formación integral del alumno.

Para esto se emplearán las técnicas de la interrogación y el estudio de casos, bajo el enfoque de aprendizaje significativo y colaborativo, descritos en el apartado 3 de la presente guía.

Actividades sugeridas:

1. Realiza una sesión de preguntas y respuestas, acerca de la comunicación oral en la atención a clientes, definiendo conjuntamente con el grupo, la aplicación de actitudes y técnicas en comunicación oral, aptitudes del personal de acogida, situaciones y roles de compra, reuniones y entrevistas, intercambio de información e información telefónica.
2. Solicita a los alumnos una exposición sobre los temas de la comunicación escrita, empleando presentaciones en PowerPoint, sobre la comunicación interna y externa, elaboración de distintos tipos de comunicaciones, comunicación en torno a un evento, manuales de empleados, carteles, correo interno, intranet corporativa, buzón de sugerencias, cartas e informes.
3. Organiza al grupo en equipo y realiza escenificaciones donde se apliquen las técnicas de comunicación escrita y oral, en diferentes escenarios.
4. **Orienta y apoya en la Actividad No. 3: “Aplicación de la comunicación oral y escrita, en la recepción y entrega de equipos, maquinaria y/o sistemas”, perteneciente a la actividad de evaluación 2.1.1.**
5. Expone de manera general los conceptos de mercadotecnia o marketing y ventas, empleando el proyector de acetatos.
6. Expone la aplicación del telemarketing, considerando la emisión, estructura de llamadas, la concertación de entrevistas y la venta por teléfono y plantea un estudio de casos relativo a una mala estrategia de marketing, considerando lo siguiente:
 - Organiza al grupo en equipos y reparte la descripción del caso referido a una mala estrategia de marketing que haya preparado.
 - Solicita el análisis del caso presentado y la identificación de las situaciones que llevaron a la presentación del problema detectado, debido a una mala estrategia de marketing.
 - Solicita que a partir del análisis realizado, el equipo aporte sugerencias de posible solución, indicando ventajas y desventajas de cada una de ellas.
 - Explica la forma de priorizar las opciones de solución propuestas, de acuerdo con la relación costo – beneficio que se puede obtener para cada una de ellas, solicitando determinar cuál es la mejor opción para dar solución al caso presentado.

Unidad II:	Manejo de técnicas de interacción con el cliente.
Orientaciones didácticas (Dirigidas al docente)	
<ul style="list-style-type: none"> - Solicita el reporte escrito del estudio de casos abordado, evaluando el resultado de las actividades desarrolladas de manera personal y en equipo. 7. Organiza al grupo en equipo y realiza escenificaciones donde se apliquen las técnicas de mercadotecnia y ventas, en diferentes escenarios. 8. Orienta y apoya en la Actividad No. 4: “Aplicación de las técnicas de marketing y ventas, en la atención al cliente”, perteneciente a la actividad de evaluación 2.2.1. 9. Expone mediante una presentación en power point y una película, las características de la atención al cliente, y aclara las dudas que surjan al respecto. Promueve la aplicación de distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue referentes al establecimiento de estilos de trato al público. 10. Explica utilizando videos la aplicación de las relaciones públicas en la atención a clientes, solicitando un resumen de lo visto. 11. Organiza al grupo en equipo y realiza escenificaciones donde se apliquen las técnicas de relaciones públicas, en diferentes escenarios. 12. Orienta y apoya en la Actividad No. 5: “Aplicación de las técnicas de relaciones públicas, en la recepción y entrega de equipos, maquinaria y/o sistemas”, perteneciente a la actividad de evaluación 2.3.1. En la rúbrica correspondiente se incluye una Autoevaluación. 13. Realiza un repaso de la unidad, para la reafirmación de competencias en el alumno. 	

Estrategias de aprendizaje (Dirigidas al alumno)	Recursos académicos
<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participa en la sesión de preguntas y respuestas, acerca de la comunicación oral en la atención a clientes, definiendo conjuntamente con el grupo, la aplicación de actitudes y técnicas en comunicación oral, aptitudes del personal de acogida, situaciones y roles de compra, reuniones y entrevistas, intercambio de información e información telefónica. • Realiza una presentación en PowerPoint sobre el tema asignado de comunicación escrita. • Realiza en equipo escenificaciones donde se apliquen las técnicas de comunicación escrita y oral, en diferentes escenarios • Realiza la Actividad No. 3: “Aplicación de la comunicación oral y escrita, en la 	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de estudios. • Instrumento de evaluación diagnóstica. • Computadora con Office y acceso a internet. • Cañón. • Brown, Andrew. <u>Gestión de la atención al cliente</u>, Ediciones Díaz de Santos, 1992. • Paz Couso, Renata. <u>Atención al cliente: guía práctica de técnicas y estrategias</u>, Ideas propias

Estrategias de aprendizaje (Dirigidas al alumno)	Recursos académicos
<p>recepción y entrega de equipos, maquinaria y/o sistemas”, perteneciente a la actividad de evaluación 2.1.1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atiende a la explicación del docente, referente a los conceptos de mercadotecnia y ventas, y realiza un resumen. • Analiza el estudio de casos expuesto por el docente y genera sus propias conclusiones al enfrentarse una situación problemática originada por una mala estrategia de marketing, considerando el siguiente procedimiento: <ul style="list-style-type: none"> – Se integra a un equipo de trabajo y realiza la lectura guiada de la descripción del caso en el que se aborda una situación problemática originada por una mala estrategia de marketing. – Analiza el caso presentado e identifica las situaciones que originaron el problema detectado. – Genera en equipo sugerencias de posible solución al caso descrito, indicando ventajas y desventajas de cada una de ellas y las expone al grupo solicitando comentarios al respecto. – A partir de la relación costo – beneficio desarrollada, elige la mejor propuesta para dar solución al estudio de casos abordado. – Elabora un reporte del caso analizado, en el que compara la solución obtenida con la expuesta por el docente, obteniendo sus propias conclusiones. • Realiza en equipo escenificaciones donde se apliquen las técnicas de mercadotecnia y ventas, en diferentes escenarios • Realiza la Actividad No. 4: “Aplicación de las técnicas de marketing y ventas, en la atención al cliente”, perteneciente a la actividad de evaluación 2.2.1. • Presta atención a la exposición y a la película proyectada, sobre las características de la atención al cliente y realiza un resumen. • Asiste a la proyección de los videos y observa la aplicación de las relaciones públicas en la atención a clientes, y realiza un resumen. Identifica como su actitud dentro de su profesión puede contribuir a alcanzar un equilibrio entre el bienestar individual y el interés general de 	<p>Editorial S.L., 2006.</p> <ul style="list-style-type: none"> • García Ortiz, Francisco García Ortiz Pedro Pablo García Ortiz Mario Gil Muela. <u>Técnicas de servicio y atención al cliente. Hostelería y turismo</u>, Thomson, 2003. • Londoño Mateus, María Claudia. <u>Atención al cliente y gestión de reclamaciones: en busca del Santo Grial</u>, España, FC Editorial, 2006. • Tipos de Vendedores. Disponible en: http://www.promonegocios.net/venta/tipos-vendedores.html (10/07/15) • Tipos de clientes. Disponible en: http://www.gestiopolis.com/Canales4/mkt/tiposdecli.htm (10/07/15) • Tipos de clientes. Disponible en: http://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html (10/07/15)

Estrategias de aprendizaje (Dirigidas al alumno)	Recursos académicos
<p>la sociedad.</p> <ul style="list-style-type: none">• Realiza en equipo escenificaciones donde se apliquen las técnicas de relaciones públicas, en diferentes escenarios• Realiza la Actividad No. 5: “Aplicación de las técnicas de relaciones públicas, en la recepción y entrega de equipos, maquinaria y/o sistemas”, perteneciente a la actividad de evaluación 2.3.1 y participa en la actividad de Autoevaluación.• Participa en el repaso de la unidad, expresando las dudas acerca de las competencias desarrolladas.	

**6. Prácticas/Ejercicios
/Problemas/Actividades**

Nombre del alumno:		Grupo:	
Unidad de aprendizaje 1:	Identificación de los principios de atención al cliente.		
Resultado de aprendizaje:	1.3. Identifica los requisitos del cliente, como factor decisivo en el logro de su satisfacción		
Actividad No. 1:	Elaboración de un catálogo de clientes.		

Realiza individualmente un catálogo de clientes, considerando los criterios y características que defina el docente con el grupo.

Realiza el catálogo de clientes utilizando el procesador de textos Word.

Entrega el catálogo impreso.

Nombre del alumno:		Grupo:	
---------------------------	--	---------------	--

Unidad de aprendizaje 1:	Identificación de los principios de atención al cliente.		
---------------------------------	--	--	--

Resultado de aprendizaje:	1.4 Identifica los factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios, en el desempeño de sus labores profesionales.		
----------------------------------	---	--	--

Actividad No. 2:	Ensayo: Factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios.		
-------------------------	--	--	--

Realiza individualmente, un ensayo sobre los factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios, considerando los siguientes lineamientos:

Desarrollo del tema.

1. Desarrolla el tema considerando los factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios, en las diferentes etapas del proceso.
 - Tipos de factores.
 - Factores humanos.
 - Factores del servicio.
 - Factores administrativos.
 - Factores económicos.
2. Muestra una postura personal en el desarrollo del ensayo.

Estructura del ensayo.

3. El ensayo debe contener:
 - Introducción.
 - Desarrollo.
 - Conclusiones.
 - Bibliografía.

Formato escrito del ensayo.

4. Realiza el ensayo por medio del procesador de textos Word.
5. Entrega impreso el ensayo.

Nombre del alumno:		Grupo:	
Unidad de aprendizaje 2:	Manejo de técnicas de interacción con el cliente		
Resultado de aprendizaje:	2.1 Aplica la comunicación oral y escrita, como una técnica de atención al cliente.		
Actividad No. 3:	Aplicación de la comunicación oral y escrita, en la recepción y entrega de equipos, maquinaria y/o sistemas.		

Realiza una representación en equipo, donde se aprecien la aplicación de las técnicas de comunicación oral y escrita, considerando los siguientes lineamientos:

Comunicación oral.

1. Representa roles de cliente y proveedor.
2. Muestra una actitud amigable que inspira confianza al cliente.
3. Escucha con atención y sugiere los servicios a realizar.
4. Genera situaciones que provoquen el uso de las técnicas de comunicación oral.
5. Emplea lenguaje sencillo para aclarar dudas al cliente.
6. Emplea lenguaje técnico especializado para describir al docente las características particulares de los servicios requeridos.
7. Representa ambientaciones de recepción y entrega de equipo, aplicados a la carrera, utilizando las técnicas de comunicación oral.
8. Se muestra interesado en los requerimientos del cliente y propone alternativas de acuerdo a las posibilidades del mismo.

Comunicación escrita.

9. Representa roles de cliente y proveedor.
10. Utiliza trípticos y catálogos de fabricantes para describir características de repuestos requeridos.
11. Genera formatos de diagnóstico y presupuestación de servicios.
12. Emite cartas de presentación de servicios.
13. Emite ofertas de servicios por escrito.
14. Sube a la red una página de ofrecimiento de servicio y soporte técnico.
15. Genera situaciones que provoquen el uso de las técnicas de comunicación escrita.
16. Representa ambientaciones de recepción y entrega de equipo.

Nombre del alumno:		Grupo:	
---------------------------	--	---------------	--

Unidad de aprendizaje 2:	Manejo de técnicas de interacción con el cliente		
---------------------------------	--	--	--

Resultado de aprendizaje:	2.2 Aplica técnicas de mercadotecnia y ventas, en la atención al cliente.		
----------------------------------	---	--	--

Actividad No. 4:	Aplicación de las técnicas de marketing y ventas, en la atención al cliente.		
-------------------------	--	--	--

Realiza una representación en equipo, donde se aprecien la aplicación de las técnicas de marketing y ventas, considerando los siguientes lineamientos:

Marketing.

1. Representa roles de cliente y proveedor.
2. Utiliza trípticos y materiales de apoyo para exponer sus servicios.
3. Describe con claridad las ventajas competitivas de su servicio y los términos bajo los cuales aplica la garantía de sus servicios.
4. Describe las acciones que aseguran la calidad del servicio ofrecido.
5. Genera situaciones que provoquen el uso de las técnicas de mercadotecnia.
6. Presenta las bondades, ventajas y beneficios de los servicios ofrecidos.
7. Estima costos, ofreciendo rebajas en el servicio, considerando el estudio de costos realizado de forma aproximada.
8. Representa ambientaciones de prestación de servicios aplicados a la carrera que se cursa.

Ventas.

9. Representa roles de cliente y proveedor.
10. Genera situaciones que provoquen el uso de las técnicas de ventas.
11. Representa ambientaciones de prestación de servicios aplicados a la carrera que se cursa

Nombre del alumno: **Grupo:**

Unidad de aprendizaje 2: Manejo de técnicas de interacción con el cliente.

Resultado de aprendizaje: 1.1 Maneja técnicas de relaciones públicas, en la atención de sugerencias, quejas o reclamaciones.

Actividad No. 5: Aplicación de las técnicas de relaciones públicas, en la recepción y entrega de equipos, maquinaria y/o sistemas.

Realiza una representación en equipo, donde se aprecien la aplicación de las técnicas de relaciones públicas, considerando los siguientes lineamientos:

Recepción de equipos, maquinaria y/o sistemas.

1. Representa roles de cliente y proveedor.
2. Recibe el equipo y levanta el pre diagnóstico del servicio requerido.
3. Entrevista con claridad al cliente, infiriendo las situaciones que generaron el problema en el equipo presentado.
4. Atiende con atención y amabilidad al cliente, mostrando los cuidados necesarios al manipular el equipo.
5. Genera situaciones que provoquen el uso de las técnicas de relaciones públicas en la recepción de equipos, maquinaria y/o sistemas.
6. Representa ambientaciones de prestación de servicios aplicados a tu carrera.

Entrega de equipos, maquinaria y/o sistemas.

7. Representa roles de cliente y proveedor.
8. Genera situaciones que provoquen el uso de las técnicas de relaciones públicas en la entrega de equipos, maquinaria y/o sistemas.
9. Representa ambientaciones de prestación de servicios aplicados a la carrera que se cursa.

II. Guía de evaluación del módulo Manejo de técnicas de atención al cliente

7. Descripción

La guía de evaluación es un documento que define el proceso de recolección y valoración de las evidencias requeridas por el módulo desarrollado y tiene el propósito de guiar en la evaluación de las competencias adquiridas por los alumnos, asociadas a los Resultados de Aprendizaje; en donde además, describe las técnicas y los instrumentos a utilizar y la ponderación de cada actividad de evaluación. Los Resultados de Aprendizaje se definen tomando como referentes: las competencias genéricas que va adquiriendo el alumno para desempeñarse en los ámbitos personal y profesional que le permitan convivir de manera armónica con el medio ambiente y la sociedad; las disciplinares, esenciales para que los alumnos puedan desempeñarse eficazmente en diversos ámbitos, desarrolladas en torno a áreas del conocimiento y las profesionales que le permitan un desempeño eficiente, autónomo, flexible y responsable de su ejercicio profesional y de actividades laborales específicas, en un entorno cambiante que exige la multifuncionalidad.

La importancia de la evaluación de competencias, bajo un enfoque de **mejora continua**, reside en que es un proceso por medio del cual se obtienen y analizan las evidencias del desempeño de un alumno con base en la guía de evaluación y rúbrica, para emitir un juicio que conduzca a tomar decisiones.

La evaluación de competencias se centra en el desempeño real de los alumnos, soportado por evidencias válidas y confiables frente al referente que es la guía de evaluación, la cual, en el caso de competencias profesionales, está asociada con una norma técnica de competencia laboral (NTCL), de institución educativa o bien, una normalización específica de un sector o área y no en contenidos y/o potencialidades.

El **Modelo de Evaluación** se caracteriza porque es **Confiable** (que aplica el mismo juicio para todos los alumnos), **Integral** (involucra las dimensiones intelectual, social, afectiva, motriz y axiológica), **Participativa** (incluye autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación), **Transparente** (congruente con los aprendizajes requeridos por la competencia), **Válida** (las evidencias deben corresponder a la guía de evaluación).

Evaluación de los Aprendizajes.

Durante el proceso de enseñanza - aprendizaje es importante considerar tres categorías de evaluación: **diagnóstica, formativa y sumativa**.

La evaluación **diagnóstica** nos permite establecer un **punto de partida** fundamentado en la detección de la situación en la que se encuentran nuestros alumnos. Permite también establecer vínculos socio-afectivos entre el docente y su grupo. El alumno a su vez podrá obtener información sobre los aspectos donde deberá hacer énfasis en su dedicación. El docente podrá **identificar las características del grupo y orientar adecuadamente sus estrategias**. En esta etapa pueden utilizarse mecanismos informales de recopilación de información.

La evaluación **formativa** se realiza durante todo el proceso de aprendizaje del alumno, en forma constante, ya sea al finalizar cada actividad de aprendizaje o en la integración de varias de éstas. Tiene como finalidad **informar a los alumnos de sus avances** con respecto a los aprendizajes que deben alcanzar y advertirle sobre dónde y en qué aspectos tiene debilidades o dificultades para poder regular sus procesos. Aquí se admiten errores, se

identifican y se corrigen; es factible trabajar colaborativamente. Asimismo, el docente puede asumir nuevas estrategias que contribuyan a mejorar los resultados del grupo.

Finalmente, la evaluación **sumativa** es adoptada básicamente por una función social, ya que mediante ella se asume una acreditación, una promoción, un fracaso escolar, índices de deserción, etc., a través de **criterios estandarizados y bien definidos**. Las evidencias se elaboran en forma individual, puesto que se está asignando, convencionalmente, un criterio o valor. Manifiesta la síntesis de los logros obtenidos por ciclo o período escolar.

Heteroevaluación, Coevaluación y Autoevaluación

En esta nueva versión (02) de la guía de evaluación se están incluyendo de manera formal tres modalidades de evaluación, que según la persona que evalúa se denominan: heteroevaluación, coevaluación y autoevaluación.

La **heteroevaluación**: Es aquella que se realiza por personas externas al grupo escolar: representantes del sector productivo, docentes ajenos al grupo o cualquier otra persona o grupo colegiado con el dominio suficiente de la competencia, desempeño o producto que se pretenda evaluar. La heteroevaluación permite:

- Demostrar que el alumno adquirió la competencia a evaluar, en diversos contextos y ante cualquier persona o instancia evaluadora.
- Evidenciar ante agentes no integrantes del proceso enseñanza-aprendizaje las competencias desarrolladas, otorgando cierta objetividad a la evaluación.

La **coevaluación** se llevará a cabo entre pares de alumnos, pudiendo ser el evaluador un alumno o grupo de alumnos; es decir, evaluadores y evaluados intercambian su papel alternativamente. La coevaluación permite al alumno y al docente:

- Identificar los logros personales y grupales.
- Fomentar la participación, reflexión y crítica constructiva ante situaciones de aprendizaje.
- Mejorar la responsabilidad individual y de grupo.
- Emitir juicios valorativos acerca de otros en un ambiente de libertad, compromiso y respeto.

La **autoevaluación** se refiere a la valoración que hace el alumno sobre su propia actuación o desempeño y se refiere al grado de dominio de una competencia o resultado de aprendizaje alcanzado por él mismo. Le permite al alumno:

- Reconocer sus posibilidades y limitaciones, así como definir las acciones necesarias para mejorar su aprendizaje.

En el Apartado 9 de esta guía de evaluación se incluyen los lineamientos definidos de manera institucional para su aplicación. Es importante destacar que los planteles tienen la facultad de **instrumentar** estas modalidades de evaluación, de acuerdo con las condiciones particulares de su entorno.

Actividades de Evaluación

Los programas de estudio están conformados por Unidades de Aprendizaje (UA) que agrupan Resultados de Aprendizaje (RA) vinculados estrechamente y que requieren irse desarrollando paulatinamente. Dado que se establece un resultado, es necesario comprobar que efectivamente éste se ha alcanzado, de tal suerte que en la descripción de cada unidad se han definido las actividades de evaluación indispensables para evaluar los aprendizajes de cada uno de los RA que conforman las unidades.

Esto no implica que no se puedan desarrollar y evaluar otras actividades planteadas por el docente, pero es importante no confundir con las actividades de aprendizaje que realiza constantemente el alumno para contribuir a que logre su aprendizaje y que, aunque se evalúen con fines formativos, no se registran formalmente en el **Sistema de Administración Escolar SAE**. El **registro formal** procede sólo para las actividades descritas en los programas y planes de evaluación.

De esta manera, los RA tienen asignada una actividad de evaluación, considerando que puede haber casos en que se incluirán dos o más RA en una sola actividad de evaluación, cuando ésta sea integradora; misma a la que se le ha determinado una ponderación con respecto a la Unidad a la cual pertenece. Ésta a su vez, tiene una ponderación que, sumada con el resto de Unidades, **conforma el 100%**. Es decir, para considerar que se ha adquirido la competencia correspondiente al módulo de que se trate, deberá **ir acumulando** dichos porcentajes a lo largo del período para estar en condiciones de acreditar el mismo. Cada una de estas ponderaciones dependerá de la relevancia que tenga la AE con respecto al RA y éste a su vez, con respecto a la Unidad de Aprendizaje. Estas ponderaciones las asignará el especialista diseñador del programa de estudios.

La ponderación que se asigna en cada una de las actividades queda asimismo establecida en la **Tabla de ponderación**, la cual está desarrollada en una hoja de cálculo que permite, tanto al alumno como al docente, ir observando y calculando los avances en términos de porcentaje, que se van alcanzando (ver apartado 7 de esta guía).

Esta tabla de ponderación contiene los Resultados de Aprendizaje y las Unidades a las cuales pertenecen. Asimismo indica, en la columna de actividades de evaluación, la codificación asignada a ésta desde el programa de estudios y que a su vez queda vinculada al Sistema de Evaluación Escolar SAE. Las columnas de aspectos a evaluar, corresponden al tipo de aprendizaje que se evalúa: **C = conceptual; P = Procedimental y A = Actitudinal**. Las siguientes tres columnas indican, en términos de porcentaje: la primera el **peso específico** asignado desde el programa de estudios para esa actividad; la segunda, **peso logrado**, es el nivel que el alumno alcanzó con base en las evidencias o desempeños demostrados; la tercera, **peso acumulado**, se refiere a la suma de los porcentajes alcanzados en las diversas actividades de evaluación y que deberá acumular a lo largo del ciclo escolar.

Otro elemento que complementa a la matriz de ponderación es la **rúbrica o matriz de valoración**, que establece los **indicadores y criterios** a considerar para evaluar, ya sea un producto, un desempeño o una actitud y la cual se explicará a continuación.

Una matriz de valoración o rúbrica es, como su nombre lo indica, una matriz de doble entrada en la cual se establecen, por un lado, los **indicadores** o aspectos específicos que se deben tomar en cuenta como **mínimo indispensable** para evaluar si se ha logrado el resultado de aprendizaje esperado y, por otro, los **criterios o niveles de calidad o satisfacción alcanzados**. En las celdas centrales se describen los criterios que se van a utilizar para evaluar esos indicadores, explicando cuáles son las características de cada uno.

Los criterios que se han establecido son: **Excelente**, en el cual, además de cumplir con los estándares o requisitos establecidos como necesarios en el logro del producto o desempeño, es propositivo, demuestra iniciativa y creatividad, o que va más allá de lo que se le solicita como mínimo, aportando

elementos adicionales en pro del indicador; **Suficiente**, si cumple con los estándares o requisitos establecidos como necesarios para demostrar que se ha desempeñado adecuadamente en la actividad o elaboración del producto. Es en este nivel en el que podemos decir que se ha adquirido la competencia. **Insuficiente**, para cuando no cumple con los estándares o requisitos mínimos establecidos para el desempeño o producto.

Evaluación mediante la matriz de valoración o rúbrica

Un punto medular en esta metodología es que al alumno se le proporcione el **Plan de evaluación**, integrado por la **Tabla de ponderación y las Rúbricas**, con el fin de que pueda conocer qué se le va a solicitar y cuáles serán las características y niveles de calidad que deberá cumplir para demostrar que ha logrado los resultados de aprendizaje esperados. Asimismo, él tiene la posibilidad de autorregular su tiempo y esfuerzo para recuperar los aprendizajes no logrados.

Como se plantea en los programas de estudio, en una **sesión de clase previa a finalizar la unidad**, el docente debe hacer una **sesión de recapitulación** con sus alumnos con el propósito de valorar si se lograron los resultados esperados; con esto se pretende que el alumno tenga la oportunidad, en caso de no lograrlos, de rehacer su evidencia, realizar actividades adicionales o repetir su desempeño nuevamente, con el fin de recuperarse de inmediato y no esperar hasta que finalice el ciclo escolar acumulando deficiencias que lo pudiesen llevar a no lograr finalmente la competencia del módulo y, por ende, no aprobarlo.

La matriz de valoración o rúbrica tiene asignadas a su vez valoraciones para cada indicador a evaluar, con lo que el docente tendrá los elementos para evaluar objetivamente los productos o desempeños de sus alumnos. Dichas valoraciones están también vinculadas al SAE y a la matriz de ponderación. Cabe señalar que **el docente no tendrá que realizar operaciones matemáticas para el registro de los resultados de sus alumnos**, simplemente deberá marcar en cada celda de la rúbrica aquella que más se acerca a lo que realizó el alumno, ya sea en una hoja de cálculo que emite el SAE o bien, a través de la Web.

8. Tabla de ponderación

UNIDAD	RA	ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	ASPECTOS A EVALUAR			% Peso Especifico	% Peso Logrado	% Peso Acumulado
			C	P	A			
1 Identificación de los principios de atención al cliente.	1.1 Identifica los principios de atención al cliente, durante la prestación de servicios.							
	1.2 Identifica perfiles de clientes y vendedores, como factor decisivo en el logro de su satisfacción.							
	1.3 Identifica los requisitos del cliente, como factor decisivo en el logro de su satisfacción.	1.3.1	▲	▲	▲	15%		
	1.4 Identifica los factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios, en el desempeño de sus labores profesionales.	1.4.1	▲	▲	▲	15%		
% PESO PARA LA UNIDAD						30%		
2 Manejo de técnicas de interacción con el cliente.	2.1 Aplica la comunicación oral y escrita, como una técnica de atención al cliente.	2.1.1	▲	▲	▲	20%		
	2.2 Aplica técnicas de marketing y ventas, en la atención al cliente.	2.2.1	▲	▲	▲	20%		
	2.3 Maneja técnicas de relaciones públicas, en la atención de sugerencias, quejas o reclamaciones del cliente.	2.3.1	▲	▲	▲	30%		
% PESO PARA LA UNIDAD						70%		
PESO TOTAL DEL MÓDULO						100%		

**9. Materiales para el
desarrollo de actividades
de evaluación**

10. Matriz de valoración o rúbrica

Siglema:	MACL	Nombre del módulo:	Manejo de técnicas de atención al cliente	Nombre del alumno:	
PSP evaluador:		Grupo:		Fecha:	
Resultado de aprendizaje:	1.3. Identifica los requisitos del cliente, como factor decisivo en el logro de su satisfacción		Actividad de evaluación:	1.3.1. Elabora un catálogo de clientes.	

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
Descripción de las características de los clientes.	50%	Realiza un listado de las características de los clientes, incluyendo ejemplos, de forma clara y ordenada. Elabora el listado utilizando el equipo de cómputo. Incluye experiencias propias, recuperadas del entorno social en que se desenvuelve.	Realiza un listado de las características de los clientes, incluyendo ejemplos, de forma clara y ordenada. Elabora el listado utilizando el equipo de cómputo.	Omite alguna de las siguientes actividades: Realizar un listado de las características de los clientes, incluyendo ejemplos, de forma clara y ordenada. Elaborar el listado utilizando el equipo de cómputo.
Elaboración del catálogo de clientes	50%	Elabora el catálogo de clientes utilizando un procesador de textos Word y lo entrega organizado, impreso y a tiempo. Revisa que el catálogo de clientes no	Elabora el catálogo de clientes utilizando un procesador de textos Word y lo entrega organizado, impreso y a tiempo. Revisa que el catálogo de clientes no	Omite alguna de las siguientes actividades: Elaborar el catálogo de clientes utilizando un procesador de textos Word y lo entrega organizado,

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		<p>contenga faltas de ortografía.</p> <p>Consulta diversas fuentes de información para elaborar el catálogo de clientes y discrimina entre ellas de acuerdo a su relevancia y confiabilidad.</p>	<p>contenga faltas de ortografía.</p>	<p>impreso y a tiempo.</p> <p>Revisa que el catálogo de clientes no contenga faltas de ortografía.</p>
	100%			

MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

Siglema:	MACL	Nombre del módulo:	Manejo de técnicas de atención al cliente	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:				Grupo:	
				Fecha:	
Resultado de aprendizaje:	1.4 Identifica los factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios, en el desempeño de sus labores profesionales.			Actividad de evaluación:	1.4.1 Identifica los factores que afectan la relación cliente- prestador de servicios a maquinaria y/o sistemas.

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
Secuencia del ensayo.	35%	<p>Elabora un ensayo, considerando lo siguiente:</p> <p>Inicia el ensayo con un planteamiento inicial respecto a su postura en relación a los factores que afectan la relación con el cliente.</p> <p>Fundamenta su postura citando al menos a dos autores reconocidos que presenten ideas similares.</p> <p>Contrasta sus ideas con respecto a situaciones ejemplo en donde se defina con claridad la situación.</p> <p>Reafirma o declina con argumentos sólidos su postura inicial.</p> <p>Elabora conclusiones finales del ensayo.</p> <p>Presenta la secuencia del ensayo de forma clara, coherente y sintética.</p>	<p>Elabora un ensayo, considerando lo siguiente:</p> <p>Inicia el ensayo con un planteamiento inicial respecto a su postura en relación a los factores que afectan la relación con el cliente.</p> <p>Fundamenta su postura citando al menos a dos autores reconocidos que presenten ideas similares.</p> <p>Contrasta sus ideas con respecto a situaciones ejemplo en donde se defina con claridad la situación.</p> <p>Reafirma o declina con argumentos sólidos su postura inicial.</p> <p>Elabora conclusiones finales del ensayo.</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos, al elaborar el ensayo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciar el ensayo con un planteamiento inicial respecto a su postura en relación a los factores que afectan la relación con el cliente. • Fundamentar su postura citando al menos a dos autores reconocidos que presenten ideas similares. • Contrastar sus ideas con respecto a situaciones ejemplo en donde se defina con claridad la situación. • Reafirmar o declinar con argumentos sólidos su postura inicial. • Elaborar conclusiones finales del

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
				ensayo.
Alcance y pertinencia del ensayo.	35%	<p>Hace referencia a los temas que se van a tratar en el desarrollo del mismo.</p> <p>Plantea con ideas propias los factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios, en las diferentes etapas del proceso.</p> <p>Aborda la relevancia de los principios de atención a clientes en su formación profesional y personal.</p> <p>Comparte información con sus compañeros y mantiene una actitud respetuosa hacia el grupo, mostrando tolerancia a la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales, durante el desarrollo de los trabajos.</p>	<p>Hace referencia a los temas que se van a tratar en el desarrollo del mismo.</p> <p>Plantea con ideas propias los factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios, en las diferentes etapas del proceso.</p> <p>Aborda la relevancia de los principios de atención a clientes en su formación profesional y personal.</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Hacer referencia a los temas que se van a tratar en el desarrollo del mismo. Plantear con ideas propias los factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios, en las diferentes etapas del proceso. Abordar la relevancia de los principios de atención a clientes en su formación profesional y personal.
Estructura del ensayo	30%	<p>Presenta de forma natural en la estructura del ensayo un planteamiento inicial, el análisis situacional, la contrastación de ideas, la reafirmación o modificación de planteamientos iniciales y las conclusiones.</p> <p>Elabora el ensayo utilizando tecnologías tales como el procesador de textos Word y lo entrega de forma impresa.</p> <p>Cuida la redacción y evita faltas de</p>	<p>Presenta de forma natural en la estructura del ensayo un planteamiento inicial, el análisis situacional, la contrastación de ideas, la reafirmación o modificación de planteamientos iniciales y las conclusiones.</p> <p>Elabora el ensayo utilizando tecnologías tales como el procesador de textos Word y lo entrega de forma impresa.</p> <p>Cuida la redacción y evita faltas de</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Presentar de forma natural en la estructura del ensayo un planteamiento inicial, el análisis situacional, la contrastación de ideas, la reafirmación o modificación de planteamientos iniciales y las conclusiones. Elaborar el ensayo utilizando tecnologías tales como el procesador de textos Word y

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		ortografía. Reconoce las fallas o carencias del ensayo como responsabilidad propia y aprovecha los errores para mejorar su trabajo.	ortografía.	entregar de forma impresa. <ul style="list-style-type: none"> Cuidar la redacción y evita faltas de ortografía.
	100%			

MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

Siglema:	MACL	Nombre del módulo:	Manejo de técnicas de atención al cliente	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:				Grupo:	Fecha:
Resultado de aprendizaje:	2.1 Aplica la comunicación oral y escrita, como una técnica de atención al cliente.		Actividad de evaluación:	2.1.1 Aplica la comunicación oral y escrita, en la recepción y entrega de servicios realizados a equipos, maquinaria y/o sistemas.	

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
Selección de técnica de atención	30%	<p>Identifica las características de condición de servicio requerido.</p> <p>Identifica el medio (presencial o a distancia) bajo el cual se da el contacto con el cliente.</p> <p>Define si la asesoría de servicio será oral, vía telefónica o escrita, por internet.</p> <p>Toma decisiones respecto a la forma de atención al cliente, basándose en criterios plenamente sustentados.</p>	<p>Identifica las características de condición de servicio requerido.</p> <p>Identifica el medio (presencial o a distancia) bajo el cual se da el contacto con el cliente.</p> <p>Define si la asesoría de servicio será oral, vía telefónica o escrita, por internet.</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar las características de condición de servicio requerido. Identificar el medio (presencial o a distancia) bajo el cual se da el contacto con el cliente. Definir si la asesoría de servicio será oral, vía telefónica o escrita, por internet.
Aplicación de la comunicación oral.	40%	<p>Define, conjuntamente con el docente, situaciones que permitan el uso de las técnicas de comunicación oral y la representación de roles de cliente y proveedor.</p> <p>Muestra una actitud amigable que inspira confianza al cliente.</p>	<p>Define, conjuntamente con el docente, situaciones que permitan el uso de las técnicas de comunicación oral y la representación de roles de cliente y proveedor.</p> <p>Muestra una actitud amigable que inspira confianza al cliente.</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Definir conjuntamente con el docente, situaciones que permitan el uso de las técnicas de comunicación oral y la representación de roles de cliente

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		<p>Escucha con atención y sugiere los servicios a realizar.</p> <p>Emplea lenguaje sencillo para aclarar dudas al cliente.</p> <p>Emplea lenguaje técnico especializado para describir al docente las características particulares de los servicios requeridos.</p> <p>Demuestra interés en los requerimientos del cliente y propone alternativas de acuerdo a las posibilidades del mismo.</p> <p>Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.</p>	<p>Escucha con atención y sugiere los servicios a realizar.</p> <p>Emplea lenguaje sencillo para aclarar dudas al cliente.</p> <p>Emplea lenguaje técnico especializado para describir al docente las características particulares de los servicios requeridos.</p> <p>Demuestra interés en los requerimientos del cliente y propone alternativas de acuerdo a las posibilidades del mismo.</p>	<p>y proveedor.</p> <ul style="list-style-type: none"> Mostrar una actitud amigable que inspire confianza al cliente. Escuchar con atención y sugerir los servicios a realizar. Emplear lenguaje sencillo para aclarar dudas al cliente. Emplear lenguaje técnico especializado para describir al docente las características particulares de los servicios requeridos. Demostrar interés en los requerimientos del cliente y proponer alternativas de acuerdo a las posibilidades del mismo.
Aplicación de la comunicación escrita.	30%	<p>Define, conjuntamente con el docente, situaciones que provoquen el uso de las técnicas de comunicación escrita.</p> <p>Realiza ejercicios de comunicación escrita, representando roles de cliente y proveedor.</p> <p>Utiliza trípticos y catálogos de fabricantes para describir características de repuestos requeridos.</p> <p>Genera formatos de diagnóstico y</p>	<p>Define, conjuntamente con el docente, situaciones que provoquen el uso de las técnicas de comunicación escrita.</p> <p>Realiza ejercicios de comunicación escrita, representando roles de cliente y proveedor.</p> <p>Utiliza trípticos y catálogos de fabricantes para describir características de repuestos requeridos.</p> <p>Genera formatos de diagnóstico y</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Definir conjuntamente con el docente, situaciones que provoquen el uso de las técnicas de comunicación escrita. Realizar ejercicios de comunicación escrita, representando roles de cliente y proveedor. Utilizar trípticos y catálogos de fabricantes para describir

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		<p>presupuestación de servicios.</p> <p>Emite cartas de presentación de servicios.</p> <p>Emite ofertas de servicios por escrito.</p> <p>Sube a la red una página de ofrecimiento de servicio y soporte técnico.</p> <p>Elige alternativas y cursos de acción en la búsqueda de la mejor alternativa para establecer la comunicación escrita, adecuada con la contraparte.</p>	<p>presupuestación de servicios.</p> <p>Emite cartas de presentación de servicios.</p> <p>Emite ofertas de servicios por escrito.</p> <p>Sube a la red una página de ofrecimiento de servicio y soporte técnico.</p>	<p>características de repuestos requeridos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar formatos de diagnóstico y presupuestación de servicios. • Emitir cartas de presentación de servicios. • Emitir ofertas de servicios por escrito. • Subir a la red una página de ofrecimiento de servicio y soporte técnico.
	100%			

MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

Siglema: MACL	Nombre del módulo: Manejo de técnicas de atención al cliente	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:		Grupo:	Fecha:
Resultado de aprendizaje: 2.2 Aplica técnicas de marketing y ventas, en la atención al cliente.		Actividad de evaluación: 2.2.1 Aplica las técnicas de marketing y ventas en la atención al cliente.	

INDICADORES	%	C R I T E R I O S		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
Selección de técnica de promoción de servicios	30%	<p>Identifica el arraigo y demanda del servicio ofrecido.</p> <p>Identifica las estrategias a implementar para dar a conocer y posicionar el servicio ante el cliente.</p> <p>Elige la forma de promoción del servicio.</p> <p>Toma decisiones respecto a la forma de posicionamiento ante el cliente, basándose en criterios plenamente sustentados.</p>	<p>Identifica el arraigo y demanda del servicio ofrecido.</p> <p>Identifica las estrategias a implementar para dar a conocer y posicionar el servicio ante el cliente.</p> <p>Elige la forma de promoción del servicio.</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar el arraigo y demanda del servicio ofrecido. Identificar las estrategias a implementar para dar a conocer y posicionar el servicio ante el cliente. Elegir la forma de promoción del servicio.
Aplicación de técnicas de mercadotecnia	30%	<p>Utiliza trípticos y materiales de apoyo para exponer sus servicios.</p> <p>Describe con claridad las ventajas competitivas de su servicio y los términos bajo los cuales aplica la garantía de sus servicios.</p> <p>Describe las acciones que aseguran</p>	<p>Utiliza trípticos y materiales de apoyo para exponer sus servicios.</p> <p>Describe con claridad las ventajas competitivas de su servicio y los términos bajo los cuales aplica la garantía de sus servicios.</p> <p>Describe las acciones que aseguran</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Utilizar trípticos y materiales de apoyo para exponer sus servicios. Describir con claridad las ventajas competitivas de su servicio y los términos bajo los cuales aplica la

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		<p>la calidad del servicio ofrecido.</p> <p>Presenta las bondades, ventajas y beneficios de los servicios ofrecidos.</p> <p>Estima costos, ofreciendo rebajas en el servicio, considerando el estudio de costos realizado de forma aproximada.</p> <p>Utiliza recursos diversos para la representación: escenografía, video, música, vestuario, etc., manifestando su creatividad y sentido artístico.</p>	<p>la calidad del servicio ofrecido.</p> <p>Presenta las bondades, ventajas y beneficios de los servicios ofrecidos.</p> <p>Estima costos, ofreciendo rebajas en el servicio, considerando el estudio de costos realizado de forma aproximada.</p>	<p>garantía de sus servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las acciones que aseguran la calidad del servicio ofrecido. • Presentar las bondades, ventajas y beneficios de los servicios ofrecidos. • Estimar costos, ofreciendo rebajas en el servicio, considerando el estudio de costos realizado de forma aproximada.
Aplicación de técnicas de ventas.	40%	<p>Propone formas de realizar la prestación de servicios ofrecidos.</p> <p>Aplica el principio de calidad basado en el enfoque al cliente, como fundamento de la prestación de los servicios.</p> <p>Promociona y vende el producto por distintos medios impresos, electrónicos y directamente ofreciendo servicios casa por casa.</p> <p>Establece planes de pagos por tiempos.</p> <p>Establece descuentos a los servicios de pago inmediato.</p> <p>Genera promociones que atraigan al cliente promocionando servicios de calidad.</p> <p>Plantea propuestas de mejora en la</p>	<p>Propone formas de realizar la prestación de servicios ofrecidos.</p> <p>Aplica el principio de calidad basado en el enfoque al cliente, como fundamento de la prestación de los servicios.</p> <p>Promociona y vende el producto por distintos medios impresos, electrónicos y directamente ofreciendo servicios casa por casa.</p> <p>Establece planes de pagos por tiempos.</p> <p>Establece descuentos a los servicios de pago inmediato.</p> <p>Genera promociones que atraigan al cliente promocionando servicios de calidad.</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proponer formas de realizar la prestación de servicios ofrecidos. • Aplicar el principio de calidad basado en el enfoque al cliente, como fundamento de la prestación de los servicios. • Promocionar y vender el producto por distintos medios impresos, electrónicos y directamente ofreciendo servicios casa por casa. • Establecer planes de pagos por tiempos. • Establecer descuentos a los servicios de pago inmediato.

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		planeación de las tareas de venta, considerando el nivel económico de la región y la coexistencia de negocios del mismo giro.		<ul style="list-style-type: none"> Generar promociones que atraigan al cliente promocionando servicios de calidad.
	100%			

MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

Siglema:	MACL	Nombre del módulo:	Manejo de técnicas de atención al cliente	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:				Grupo:	Fecha:
Resultado de aprendizaje:	2.3 Maneja técnicas de relaciones públicas, en la atención de sugerencias, quejas o reclamaciones del cliente.		Actividad de evaluación:	2.3.1 Aplica las técnicas de relaciones públicas, en la recepción y entrega de servicios realizados a equipos, maquinaria y/o sistemas.	

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
Captación de necesidades del cliente.	30%	<p>Define las técnicas a aplicar para realizar la detección de necesidades del cliente, haciendo uso de técnicas de relaciones públicas.</p> <p>Capta los aspectos esenciales de las necesidades del cliente.</p> <p>Explica las necesidades del cliente, considerando aspectos económicos, psicológicos y sociales, desechando prejuicios personales.</p>	<p>Define las técnicas a aplicar para realizar la detección de necesidades del cliente, haciendo uso de técnicas de relaciones públicas.</p> <p>Capta los aspectos esenciales de las necesidades del cliente.</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Definir las técnicas a aplicar para realizar la detección de necesidades del cliente, haciendo uso de técnicas de relaciones públicas. Captar los aspectos esenciales de las necesidades del cliente.
Promoción de la imagen personal	35%	<p>Refuerza sus cualidades personales para atender y responder a las necesidades del cliente.</p> <p>Analiza sus ventajas competitivas en relación con otros compañeros.</p> <p>Aplica estrategias de convencimiento grupal de manera colectiva o mediante acciones individuales.</p>	<p>Refuerza sus cualidades personales para atender y responder a las necesidades del cliente.</p> <p>Analiza sus ventajas competitivas en relación con otros compañeros.</p> <p>Aplica estrategias de convencimiento grupal de manera colectiva o mediante acciones individuales.</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Reforzar sus cualidades personales para atender y responder a las necesidades del cliente. Analizar sus ventajas competitivas en relación con otros compañeros.

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		<p>Convence con su discurso, de ser la mejor opción, haciendo uso de diversos medios y técnicas de comunicación.</p> <p>Enfrenta las dificultades que se le presentan y reconoce sus valores, fortalezas y debilidades.</p>	<p>Convence con su discurso, de ser la mejor opción, haciendo uso de diversos medios y técnicas de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar estrategias de convencimiento grupal de manera colectiva o mediante acciones individuales. • Convencer con su discurso, de ser la mejor opción, haciendo uso de diversos medios y técnicas de comunicación.
Prestación del servicio.	30%	<p>Presta el servicio conforme a las necesidades del cliente.</p> <p>Recoge la opinión del cliente para conocer su grado de satisfacción.</p> <p>Define estrategias para la mejora del servicio y las comunica al cliente.</p> <p>Mantiene el interés por adquirir nuevos conocimientos y aplicar lo aprendido en los ámbitos en que se desenvuelve.</p>	<p>Presta el servicio conforme a las necesidades del cliente.</p> <p>Recoge la opinión del cliente para conocer su grado de satisfacción.</p> <p>Define estrategias para la mejora del servicio y las comunica al cliente.</p>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prestar el servicio conforme a las necesidades del cliente. • Recoger la opinión del cliente para conocer su grado de satisfacción. • Definir estrategias para la mejora del servicio y las comunica al cliente.
Autoevaluación	5%	<p>Aplico las técnicas de atención a clientes para atender y responder a las necesidades del cliente, incluyendo situaciones en las que el cliente realiza sugerencias, quejas o reclamaciones.</p> <p>Cumplo con los estándares operativos dirigidos a la satisfacción del cliente.</p> <p>Mi desempeño rebasa el estándar establecido.</p>	<p>Aplico las técnicas de atención a clientes para atender y responder a las necesidades del cliente.</p> <p>Cumplo con los estándares operativos dirigidos a la satisfacción del cliente.</p> <p>Mi desempeño cubre los estándares de la competencia.</p>	<p>Omiso alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar las técnicas de atención a clientes para atender y responder a las necesidades del cliente. • Cumplir con los estándares operativos dirigidos a la satisfacción del cliente. <p>Mi desempeño no cubre los estándares de la competencia.</p>
	100%			