

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
27020793	Porta da Auga	Ribadeo	2021/2022

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
TMV	Transporte e mantemento de vehículos	CSTMV01	Automoción	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0309	Técnicas de comunicación e de relacións	2021/2022	0	53	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	ÁLVARO CABO LÓPEZ
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Aplica técnicas de comunicación, e analiza as súas características e as súas posibilidades.
RA2 - Atende a potencial clientela, tendo en conta a relación entre as súas necesidades e as características do servizo ou do produto.
RA3 - Transmite a imaxe de negocio en relación coas características e cos obxectivos da empresa.
RA4 - Xestiona queixas, reclamacións e suxestións, analiza o problema e identifica a lexislación aplicable.
RA5 - Controla a calidade do servizo prestado mediante a análise do grao de satisfacción da clientela.

2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
CA1.1 Identifícanse as técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións.
CA1.2 Descríbense as características, as vantaxes e os inconvenientes das canles de comunicación.
CA1.3 Defínense os parámetros que caracterizan a atención adecuada en función da canle de comunicación utilizada.
CA1.4 Descríbense as técnicas de comunicación máis utilizadas segundo as canles de comunicación.
CA1.5 Identifícanse os erros máis habituais na comunicación.
CA1.6 Defínense os parámetros para controlar a claridade e a precisión na transmisión e na recepción da información.
CA1.7 Valorouse a importancia da linguaxe non verbal na comunicación presencial.
CA1.8 Valorouse a importancia da actitude e da imaxe persoal.
CA1.9 Adaptáronse a actitude e o discurso á situación de partida.
CA1.10 Identifícanse os elementos fundamentais na comunicación oral.
CA1.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA2.1 Identifícanse os obxectivos dunha correcta atención á clientela.
CA2.2 Caracterizáronse os tipos de clientes.
CA2.3 Clasificáronse e caracterizáronse as etapas dun proceso de comunicación.
CA2.4 Analizouse, de ser o caso, a información histórica da clientela.
CA2.5 Interpretouse o comportamento da clientela.
CA2.6 Identifícanse as motivacións de compra ou demanda dun servizo por parte da clientela.
CA2.7 Procedeuse cunha forma e unha actitude adecuadas na atención e no asesoramento á clientela, en función da canle de comunicación utilizada.

Cráterios de avaliación do currículo

CA2.8 Valoráronse as interferencias que dificultan a comunicación coa clientela.

CA2.9 Descríbóronse as actitudes positivas cara á clientela no acollemento e na despedida.

CA2.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.

CA3.1 Identificáronse as ferramentas e os elementos básicos de márketing.

CA3.2 Definiuse o concepto de imaxe da empresa.

CA3.3 Relacionáronse os protocolos de funcionamento cos obxectivos e coas características do servizo.

CA3.4 Identificáronse as formulas de cortesía e de tratamento protocolario.

CA3.5 Valorouse a necesidade de transmitir unha información diversa e precisa.

CA3.6 Descríbóronse os elementos fundamentais para transmitir na comunicación telefónica a imaxe adecuada da empresa.

CA3.7 Valorouse a importancia da imaxe corporativa para transmitir os obxectivos da empresa.

CA3.8 Aplicáronse as normas de seguridade, confidencialidade e discreción que se deben respectar nas comunicacións.

CA3.9 Descríbóronse as técnicas para proporcionar unha información exacta e adecuada.

CA3.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.

CA4.1 Definíronse os conceptos formais e non formais de queixas, reclamacións e suxestións.

CA4.2 Recoñecéronse os principais motivos de queixas de clientes nas empresas de mantemento de vehículos.

CA4.3 Xerarquizaróronse en función do tipo de organización as canles de presentación de reclamacións.

CA4.4 Establecéronse as fases para seguir na xestión de queixas e reclamacións no seu ámbito de competencia.

CA4.5 Aplicouse a normativa no proceso de resolución de reclamacións de clientes.

CA4.6 Valorouse a importancia das queixas, reclamacións e suxestións como elemento de mellora continua.

CA4.7 Definíronse as actitudes e o protocolo fronte as reclamacións.

CA4.8 Definíronse os puntos clave que debe conter un manual corporativo de atención á clientela e xestión de queixas e reclamacións.

CA4.9 Valorouse a importancia dunha actitude proactiva para se anticipar ás incidencias no proceso.

CA4.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.

CA5.1 Descríbóronse as incidencias comúns nos procesos de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.

CA5.2 Definiuse o concepto de calidade e as súas implicacións na atención á clientela.

CA5.3 Identificáronse os factores que inflúen na calidade de prestación do servizo.

CA5.4 Obtívoase información de clientes para coñecer as súas necesidades e as súas demandas.

Criterios de avaliación do currículo
CA5.5 Relacionouse a calidade de servizo coa fidelización da clientela.
CA5.6 Analizáronse as características do servizo prestado en comparación coas necesidades da clientela.
CA5.7 Descríronse os métodos de avaliación da eficiencia na prestación do servizo.
CA5.8 Propuxéronse medidas de resolución ante problemas tipo de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.
CA5.9 Presentáronse conclusións a través de informes acerca da satisfacción da clientela, e achegáronse medidas que poidan mellorar a calidade do servizo.
CA5.10 Transmitíronse ao departamento correspondente os defectos detectados no produto ou no servizo para mellorar a súa calidade.
CA5.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Aplica técnicas de comunicación, e analiza as súas características e as súas posibilidades.
RA2 - Atende a potencial clientela, tendo en conta a relación entre as súas necesidades e as características do servizo ou do produto.
RA3 - Transmite a imaxe de negocio en relación coas características e cos obxectivos da empresa.
RA4 - Xestiona queixas, reclamacións e suxestións, analiza o problema e identifica a lexislación aplicable.
RA5 - Controla a calidade do servizo prestado mediante a análise do grao de satisfacción da clientela.

2.2.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
CA1.1 Identifícanse as técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións.
CA1.2 Descríronse as características, as vantaxes e os inconvenientes das canles de comunicación.
CA1.3 Defíníronse os parámetros que caracterizan a atención adecuada en función da canle de comunicación utilizada.
CA1.4 Descríronse as técnicas de comunicación máis utilizadas segundo as canles de comunicación.
CA1.5 Identifícanse os erros máis habituais na comunicación.
CA1.6 Defíníronse os parámetros para controlar a claridade e a precisión na transmisión e na recepción da información.
CA1.7 Valorouse a importancia da linguaxe non verbal na comunicación presencial.
CA1.8 Valorouse a importancia da actitude e da imaxe persoal.
CA1.9 Adaptáronse a actitude e o discurso á situación de partida.

Criterios de avaliación do currículo
CA1.10 Identificáronse os elementos fundamentais na comunicación oral.
CA1.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA2.1 Identificáronse os obxectivos dunha correcta atención á clientela.
CA2.2 Caracterizáronse os tipos de clientes.
CA2.3 Clasificáronse e caracterizáronse as etapas dun proceso de comunicación.
CA2.4 Analizouse, de ser o caso, a información histórica da clientela.
CA2.5 Interpretouse o comportamento da clientela.
CA2.6 Identificáronse as motivacións de compra ou demanda dun servizo por parte da clientela.
CA2.7 Procedeuse cunha forma e unha actitude adecuadas na atención e no asesoramento á clientela, en función da canle de comunicación utilizada.
CA2.8 Valoráronse as interferencias que dificultan a comunicación coa clientela.
CA2.9 Descríbóronse as actitudes positivas cara á clientela no acollemento e na despedida.
CA2.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA3.1 Identificáronse as ferramentas e os elementos básicos de márketing.
CA3.2 Definiuse o concepto de imaxe da empresa.
CA3.3 Relacionáronse os protocolos de funcionamento cos obxectivos e coas características do servizo.
CA3.4 Identificáronse as formulas de cortesía e de tratamento protocolario.
CA3.5 Valorouse a necesidade de transmitir unha información diversa e precisa.
CA3.6 Descríbóronse os elementos fundamentais para transmitir na comunicación telefónica a imaxe adecuada da empresa.
CA3.7 Valorouse a importancia da imaxe corporativa para transmitir os obxectivos da empresa.
CA3.8 Aplicáronse as normas de seguridade, confidencialidade e discreción que se deben respectar nas comunicacións.
CA3.9 Descríbóronse as técnicas para proporcionar unha información exacta e adecuada.
CA3.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA4.1 Definíronse os conceptos formais e non formais de queixas, reclamacións e suxestións.
CA4.2 Recoñecéronse os principais motivos de queixas de clientes nas empresas de mantemento de vehículos.
CA4.3 Xerarquizaráronse en función do tipo de organización as canles de presentación de reclamacións.
CA4.4 Establecéronse as fases para seguir na xestión de queixas e reclamacións no seu ámbito de competencia.
CA4.5 Aplicouse a normativa no proceso de resolución de reclamacións de clientes.

Criterios de avaliación do currículo

CA4.6 Valorouse a importancia das queixas, reclamacións e suxestións como elemento de mellora continua.
CA4.7 Definíronse as actitudes e o protocolo fronte as reclamacións.
CA4.8 Definíronse os puntos clave que debe conter un manual corporativo de atención á clientela e xestión de queixas e reclamacións.
CA4.9 Valorouse a importancia dunha actitude proactiva para se anticipar ás incidencias no proceso.
CA4.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA5.1 Descríbóronse as incidencias comúns nos procesos de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.
CA5.2 Definiuse o concepto de calidade e as súas implicacións na atención á clientela.
CA5.3 Identificáronse os factores que inflúen na calidade de prestación do servizo.
CA5.4 Obtívose información de clientes para coñecer as súas necesidades e as súas demandas.
CA5.5 Relacionouse a calidade de servizo coa fidelización da clientela.
CA5.6 Analizáronse as características do servizo prestado en comparación coas necesidades da clientela.
CA5.7 Descríbóronse os métodos de avaliación da eficiencia na prestación do servizo.
CA5.8 Propuxéronse medidas de resolución ante problemas tipo de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.
CA5.9 Presentáronse conclusións a través de informes acerca da satisfacción da clientela, e achegáronse medidas que poidan mellorar a calidade do servizo.
CA5.10 Transmitíronse ao departamento correspondente os defectos detectados no produto ou no servizo para mellorar a súa calidade.
CA5.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.

3. Mínimos esixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Os mínimos esixibles son os seguintes:

- CA1.1 - Identificáronse as técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións.
- CA1.2 - Descríbóronse as características, as vantaxes e os inconvenientes das canles de comunicación.
- CA1.3 - Definíronse os parámetros que caracterizan a atención adecuada en función da canle de comunicación utilizada.
- CA1.4 - Descríbóronse as técnicas de comunicación máis utilizadas segundo as canles de comunicación.
- CA1.5 - Identificáronse os erros máis habituais na comunicación.
- CA1.6 - Definíronse os parámetros para controlar a claridade e a precisión na transmisión e na recepción da información.
- CA1.7 - Valorouse a importancia da linguaxe non verbal na comunicación presencial.
- CA1.8 - Valorouse a importancia da actitude e da imaxe persoal.
- CA1.10 - Identificáronse os elementos fundamentais na comunicación oral.

- CA2.1 - Identifícanse os obxectivos dunha correcta atención á clientela.
- CA2.2 - Caracterizáronse os tipos de clientes.
- CA2.3 - Clasifícanse e caracterizáronse as etapas dun proceso de comunicación.
- CA2.5 - Interpretouse o comportamento da clientela.
- CA2.6 - Identifícanse as motivacións de compra ou demanda dun servizo por parte da clientela.
- CA2.8 - Valoráronse as interferencias que dificultan a comunicación coa clientela.
- CA2.9 - Describíronse as actitudes positivas cara á clientela no acollemento e na despedida.
- CA3.1 - Identifícanse as ferramentas e os elementos básicos de márketing.
- CA3.2 - Definiuse o concepto de imaxe da empresa.
- CA3.5 - Valorouse a necesidade de transmitir unha información diversa e precisa.
- CA3.6 - Describíronse os elementos fundamentais para transmitir na comunicación telefónica a imaxe adecuada da empresa.
- CA3.7 - Valorouse a importancia da imaxe corporativa para transmitir os obxectivos da empresa.
- CA3.9 - Describíronse as técnicas para proporcionar unha información exacta e adecuada.
- CA4.1 - Defíníronse os conceptos formais e non formais de queixas, reclamacións e suxestións.
- CA4.2 - Recoñecéronse os principais motivos de queixas de clientes nas empresas de mantemento de vehículos.
- CA4.3 - Xerarquizáronse en función do tipo de organización as canles de presentación de reclamacións.
- CA4.4 - Establecéronse as fases para seguir na xestión de queixas e reclamacións no seu ámbito de competencia.
- CA4.6 - Valorouse a importancia das queixas, reclamacións e suxestións como elemento de mellora continua.
- CA4.7 - Defíníronse as actitudes e o protocolo fronte as reclamacións.
- CA4.8 - Defíníronse os puntos clave que debe conter un manual corporativo de atención á clientela e xestión de queixas e reclamacións.
- CA4.9 - Valorouse a importancia dunha actitude proactiva para se anticipar ás incidencias no proceso.
- CA5.1 - Describíronse as incidencias comúns nos procesos de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.
- CA5.2 - Definiuse o concepto de calidade e as súas implicacións na atención á clientela.
- CA5.3 - Identifícanse os factores que inflúen na calidade de prestación do servizo.
- CA5.5 - Relacionouse a calidade de servizo coa fidelización da clientela.
- CA5.6 - Analizáronse as características do servizo prestado en comparación coas necesidades da clientela.

Criterios de cualificación:

A primeira proba será eliminatoria, co cal para acceder á segunda proba, a primeira deberá ser superada. Para superar a primeira proba o/a alumno/a deberá obter unha nota igual ou superior a 5 puntos sobre 10.

Se o/a alumno/a supera a primeira proba poderá acceder á segunda, a cal superará sempre que obteña unha nota igual ou superior a 5 puntos sobre 10.

A nota final será a media de ambas probas.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Consistirá nunha proba escrita con un mínimo de cinco preguntas e un máximo de dez. Dita proba avaliarase sobre dez puntos. As preguntas versarán sobre os criterios de avaliación indicados na programación. O/A alumno/a, para superar esta proba deberá obter un mínimo de cinco puntos sobre dez. En caso contrario a avaliación non será positiva, e non poderá realizar a segunda parte da proba ó ser esta primeira eliminatoria.

Para realizar a primeira proba será suficiente con levar un bolígrafo azul ou negro.

O tempo para realizar o primeira parte da proba será de dúas horas. O lugar, a fecha e a hora estará no tablón de anuncios do centro.

4.b) Segunda parte da proba

Esta segunda proba avaliarase mediante unha proba escrita con un mínimo de cinco preguntas e un máximo de dez. As preguntas versarán sobre aqueles criterios de avaliación que se refiren a solución de casos prácticos relacionados cos contidos do módulo. Para superar esta segunda proba será necesario obter un mínimo de cinco puntos sobre dez.

Para realizar a segunda proba será suficiente con levar un bolígrafo azul ou negro.

O tempo para realizar o primeira parte da proba será de dúas horas. O lugar, a fecha e a hora estará no tablón de anuncios do centro.