

Programación didáctica del módulo: 0624  
COMERCIALIZACIÓN DEL TRANSPORTE  
Y LA LOGÍSTICA

**1º curso CFGS:**  
**Transporte y Logística**



---

**Curso 2023-2024**

*Víctor Tardío Crespo*

Dpto. Comercio y Marketing

IES Las Llamas

Santander

## ÍNDICE

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL CICLO FORMATIVO .....	4
1.1. Identificación .....	4
1.2. Competencia general .....	4
1.3. Competencias profesionales, personales y sociales. ....	4
1.4. Cualificaciones y unidades de competencia.....	6
1.5. Objetivos generales .....	8
1.6. Entorno profesional.....	11
2. COMERCIALIZACIÓN DEL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA.....	12
2.1. Presentación .....	12
2.2. Objetivos generales.....	13
2.3. Competencias .....	13
3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	13
4. ESTRUCTURA DE CONTENIDOS .....	17
4.1. Contenidos básicos .....	17
4.2. Contenidos .....	18
4.3. Relación secuencial y otros vínculos .....	25
4.4. Distribución temporal de las unidades didácticas .....	32
5. METODOLOGÍA DIDÁCTICA .....	33
6. EVALUACIÓN .....	36
6.1. Procedimientos e instrumentos de evaluación del aprendizaje .....	36
6.2. Criterios de calificación .....	37
6.3. Plan de recuperación de evaluaciones .....	38
6.4. Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación académica .....	39
6.5. Otras penalizaciones .....	39
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	39
8. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS.....	40
9. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	42
10. RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.....	42
11. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	44

12. UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS .....	44
13. CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES .....	44
14. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE ...	45
15. NORMATIVA .....	46
16. ANEXOS.....	47

## 1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL CICLO FORMATIVO

El **Ciclo Formativo de Técnico Superior en Transporte y Logística** se encuentra regulado por el **Real Decreto 1572/2011, de 4 de noviembre**, por el que se establece el título de Técnico Superior en Transporte y Logística y se fijan sus enseñanzas mínimas, y por la **Orden ECD/80/2012, de 27 de junio**, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

### 1.1. Identificación

El título de Técnico Superior en Transporte y Logística queda identificado por los siguientes elementos:

**Denominación:** Transporte y Logística.

**Nivel:** Formación Profesional de Grado Superior.

**Duración:** 2.000 horas.

**Familia Profesional:** Comercio y Marketing.

**Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación:** CINE-5b.

**Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior:** Nivel 1 Técnico Superior.

### 1.2. Competencia general

La competencia general de este título consiste en organizar, gestionar y controlar las operaciones del transporte de mercancías y de viajeros en el ámbito nacional e internacional, y en planificar y gestionar las actividades logísticas de una empresa, de acuerdo a la normativa vigente y a los objetivos establecidos por la dirección de la empresa, en el marco de la calidad, seguridad y respeto medioambiental.

### 1.3. Competencias profesionales, personales y sociales.

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Aplicar la normativa nacional e internacional vigente en la gestión de empresas de transporte de mercancías y viajeros, adaptándose a los cambios normativos frecuentes para cumplir con los requisitos de capacidad profesional, económica y de honorabilidad exigidos en el sector.
- b) Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa de transporte y logística de mercancías y/o viajeros ajustándose a las características y obligaciones derivadas de la forma jurídica seleccionada.

- c) Obtener los recursos financieros necesarios realizando las gestiones de concesión de créditos, préstamos, avales y subvenciones disponibles para su aplicación en el desarrollo de la actividad.
- d) Organizar los departamentos de una empresa de transporte y logística de mercancías y/o viajeros determinando los recursos humanos y materiales necesarios para cumplir con los objetivos establecidos por la dirección de la empresa.
- e) Elaborar y gestionar los planes de transporte, los planes de producción, los planes de operaciones y flujos del almacén y los tráficos diarios, asignando los recursos humanos y materiales y subcontratando con empresas, si es necesario, para optimizar el nivel de servicio establecido con el cliente.
- f) Realizar la planificación de rutas de larga distancia y la confección de rutas de reparto seleccionando la mejor combinación posible de modos de transporte, subcontratando el servicio si fuera necesario, minimizando tiempos y recorridos y realizando el seguimiento de flotas de vehículos y mercancías de forma que se garantice el tránsito por distintos países y la integridad de las mercancías y viajeros, para asegurar el nivel de satisfacción y calidad del servicio prestado al cliente.
- g) Realizar las gestiones administrativas que garanticen el tránsito o transporte internacional de las mercancías y/o de viajeros entre distintos países y modos de transporte y controlar los documentos que se exigen en cada caso, comprobando que se ajustan a la normativa vigente aplicable y a las especificaciones recibidas.
- h) Organizar el departamento de comercialización de una empresa de transporte y logística de mercancías y/o viajeros y elaborar el plan de ventas realizando la distribución de recursos humanos y materiales para cumplir con los objetivos y procesos establecidos por la dirección de la empresa.
- i) Obtener, organizar y gestionar información relevante del mercado de servicios de transportes y logística aplicando las técnicas de investigación comercial y de prospección de mercados que permitan conocer la estructura y las necesidades del mercado, los tipos de clientes y la competencia existente para realizar la toma de decisiones del plan de marketing.
- j) Promocionar y difundir los servicios de transporte y logísticos aplicando técnicas y estrategias de marketing y de gestión de relaciones con clientes para garantizar los objetivos de comercialización diseñados por la dirección de la empresa.
- k) Realizar el proceso de la venta de servicio de transporte y de logística y elaborar la documentación derivada de la venta, organizando la cartera de clientes, en su caso en inglés, aplicando técnicas de negociación y venta proactiva y elaborando presupuestos adaptados a las necesidades de los clientes para cumplir los objetivos aprobados por la organización.
- l) Gestionar las relaciones con clientes, en su caso en inglés, realizando el seguimiento de las operaciones para satisfacer sus demandas, incidencias, y reclamaciones de forma adecuada, asegurando el nivel de servicio prestado.
- m) Organizar el almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su integridad y el

aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con procedimientos establecidos.

n) Realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías en los planes de producción y de distribución, asegurando la cantidad, calidad, lugar y plazos para cumplir con los objetivos establecidos por la organización y/o por los clientes.

ñ) Realizar la gestión administrativa de operaciones de importación y exportación y de introducción y expedición de mercancías.

o) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

p) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

q) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

r) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

s) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.

t) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

u) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.

v) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

#### **1.4. Cualificaciones y unidades de competencia.**

1. Cualificaciones profesionales completas:

a) Tráfico de mercancías por carretera COM088\_3 (RD 295/2004, de 20 de febrero y RD 109/2008,

de 1 de febrero, por el que se modifica la anterior cualificación), que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0247\_3: Organizar y controlar la actividad del departamento de tráfico/explotación en las empresas que realicen transporte de mercancías por carretera.

UC0248\_3: Planificar y gestionar las operaciones del tráfico/explotación en las empresas que realicen transporte de mercancías por carretera.

UC1006\_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente en las relaciones y actividades de logística y transporte internacional.

b) Gestión comercial y financiera del transporte por carretera COM442\_3 (RD 1550/2011, de 31 de octubre):

UC1422\_3: Comercializar servicios de transporte por carretera.

UC1423\_3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.

UC1424\_3: Realizar la gestión administrativa y documental de operaciones de transporte por carretera.

UC1425\_3: Gestionar las relaciones con clientes y seguimiento de operaciones de transporte por carretera.

UC1006\_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente en las relaciones y actividades de logística y transporte internacional.

2. Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Tráfico de viajeros por carretera COM623\_3 (Real Decreto 1038/2011, de 15 de julio): UC2059\_3: Establecer y organizar planes de transporte de viajeros por carretera. UC2060\_3: Gestionar y supervisar las operaciones de transporte de viajeros por carretera.

b) Organización del transporte y la distribución COM317\_3 (RD 109/2008, de 1 de febrero):

UC1013\_3: Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.

c) Gestión y control del aprovisionamiento COM315\_3 (RD 109/2008, de 1 de febrero): UC1003\_3: Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento.

UC1004\_3: Realizar el seguimiento y control del programa de aprovisionamiento.

d) Organización y gestión de almacenes COM318\_3 (RD 109/2008, de 1 de febrero): UC1014\_3: Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos. UC1015\_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

e) Gestión administrativa y financiera del comercio internacional COM086\_3 (RD 295/2004, de 20 de febrero):

UC0242\_3: Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación y/o introducción/expedición de mercancías.

## **1.5. Objetivos generales**

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Identificar los requisitos exigidos por las autoridades nacionales e internacionales en materia de capacidad profesional, económica y de honorabilidad, adaptándose a los cambios normativos frecuentes dentro del sector para aplicar la normativa nacional e internacional vigente en la gestión de empresas de transporte y logística de mercancías y/o viajeros.
- b) Identificar y valorar las distintas formas jurídicas, los trámites de constitución, los organismos competentes, las obligaciones tributarias y las subvenciones, aplicando la normativa vigente civil, mercantil, fiscal y laboral en materia de transporte de mercancías y viajeros para realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa de transporte y logística de mercancías y/o viajeros.
- c) Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras, para obtener los recursos financieros necesarios para la financiación de las inversiones que se requieren para el desarrollo de la actividad.
- d) Organizar el trabajo de los departamentos de una empresa de transporte y logística de mercancías y/o viajeros, identificando los recursos humanos y los medios materiales necesarios para la prestación del servicio y aplicando técnicas de organización del trabajo, de acuerdo con los objetivos y los niveles de calidad establecidos por la dirección de la empresa, para organizar el servicio de transporte y logística.
- e) Identificar las prestaciones de vehículos, describir los planes y costes de mantenimiento, permisos y autorizaciones especiales, y aplicar técnicas de transporte multimodal, realizando cálculos de programación y optimización y utilizando la normativa vigente en materia de transporte y logística de mercancías y/o viajeros para planificar y gestionar los planes de transporte y los tráficos diarios.
- f) Determinar los vehículos necesarios e interpretar la normativa sobre tiempos de conducción y descanso, utilizando calendarios, gráficos y aplicaciones informáticas de gestión para planificar y gestionar los planes de transporte y los tráficos diarios.
- g) Identificar y analizar los costes de explotación diferenciando los distintos conceptos e imputándolos de forma precisa en operaciones de transporte y logística de mercancías y/o viajeros para planificar y gestionar los planes de transporte y los tráficos diarios.
- h) Analizar y comparar los distintos modos de transporte, los costes, la protección física de la mercancía y la documentación de tránsito internacional, proponiendo alternativas y respetando la normativa que



rige el envío de mercancías y el tránsito de viajeros para realizar la planificación de rutas de larga distancia.

i) Definir y determinar sistemas informáticos de gestión y comunicación y de localización y seguimiento de flotas, utilizando técnicas de control e inspección y manejando sistemas de seguimiento y comunicaciones vía satélite para gestionar el seguimiento de mercancías y flotas de vehículos.

j) Identificar los trámites y documentos necesarios, interpretando el marco jurídico aplicable en función del modo de transporte, para realizar la gestión administrativa que garantice el tránsito nacional e internacional de mercancías y/o de viajeros.

k) Identificar las distintas funciones del departamento comercial de una empresa de transporte y logística de mercancías y/o viajeros y diseñar la estructura organizativa más adecuada, analizando las distintas formas de organización en función del tamaño de la empresa, de su actividad, del tipo de clientes y del ámbito de actuación de la misma, para organizar el departamento comercial de la empresa.

l) Establecer los objetivos de venta por cliente, por zonas, por productos y por vendedor, asignando los recursos humanos y materiales necesarios para elaborar el plan de ventas.

m) Identificar las fuentes de información y la tipología de clientes de las empresas de transporte y logística de mercancías y/o viajeros y describir los métodos y procedimientos que se deben utilizar para la recogida de la información, analizando e interpretando los datos obtenidos para realizar correctamente la toma de decisiones de marketing.

n) Definir y analizar medios publicitarios y acciones online y offline, marketing directo, anuncios y promociones y diseñar planes de promoción y difusión de los servicios de transporte y logística de mercancías y/o viajeros, fijando los objetivos, determinando el público objetivo, los medios y soportes de comunicación y el contenido del mensaje, calculando presupuestos y aplicando las técnicas y estrategias de marketing adecuadas, para promocionar y difundir los servicios de logística y transporte.

ñ) Analizar el proceso de venta de un servicio de transporte y logística de mercancías y/o viajeros y negociar las condiciones del servicio, aplicando técnicas y estrategias de negociación adaptadas a cada tipo de clientes, para conseguir un acuerdo satisfactorio para las partes, realizando presupuestos y preparando ofertas adaptadas a las necesidades del cliente.

o) Describir los diferentes tipos de contratos de transporte y logística, identificando los derechos y las obligaciones de las partes y elaborando la documentación comercial, el contrato de transporte, otros contratos de aprovisionamiento, almacenaje, etc. y la carta de porte, respetando la normativa, usos y costumbres del sector, para elaborar la documentación derivada de la venta del servicio de transporte y logística.

p) Describir y establecer protocolos de calidad del servicio y líneas de actuación en las relaciones con los clientes, utilizando las técnicas de comunicación adecuadas para transmitir y recibir información y atender a las reclamaciones y quejas, asegurando la satisfacción del cliente y, en caso necesario, acudiendo siempre que sea posible a procesos de mediación y arbitraje, para gestionar las relaciones

con clientes.

q) Analizar los procesos de almacenaje y los métodos de gestión de stocks aplicables en la organización de un almacén, valorando la distribución interna y el sistema de manipulación de las mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, garantizando su integridad y optimizando los recursos disponibles, para organizar el almacenaje de las mercancías.

r) Analizar las necesidades de materiales y de recursos necesarios en los planes de producción y distribución y programar los flujos de materiales y productos ajustándose a los objetivos, plazos y calidad del proceso para realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías.

s) Identificar la normativa aplicable, los organismos e instituciones competentes y los trámites y gestiones que se requieren para el tránsito internacional de mercancías, elaborando la documentación necesaria para realizar la gestión administrativa de operaciones de importación y exportación e introducción y expedición de mercancías.

t) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

u) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

v) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

w) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

x) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

y) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.

z) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

a.a) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

a.b) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

a.c) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el

marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

## **1.6. Entorno profesional**

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en empresas del sector del transporte y la logística, tanto por cuenta propia como por cuenta ajena, realizando funciones de planificación, organización, gestión y comercialización del servicio de transporte y/o de logística.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes se recogen en el Real Decreto 1572/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Transporte y Logística y se fijan sus enseñanzas mínimas y son los siguientes:

- Jefe/a de tráfico de empresas de transporte de viajeros por carretera.
- Jefe/a de operaciones.
- Gerente de la empresa de transporte.
- Inspector/a de transporte de viajeros por carretera.
- Jefe/a de estación de autobuses.
- Gestor/a de transporte por carretera.
- Comercial de servicios de transporte por carretera.
- Administrativo/a de servicio de transporte por carretera.
- Gerente de empresas de transporte por carretera.
- Jefe/a de circulación.
- Agente de transportes.
- Agente de carga.
- Jefe/a de tráfico en actividades de transporte.
- Jefe/a de administración en transporte terrestre, aéreo, marítimo y multimodal.
- Jefe/a de tráfico en actividades de transporte combinado.
- Comercial de servicios de transporte.
- Operador/a de transporte puerta a puerta.
- Transitario/a.
- Consignatario/a de buques.

- Operador/a logístico/a.
- Jefe/a de almacén.
- Técnico/a en logística del transporte.
- Coordinador/a logístico/a.
- Técnico/a en logística inversa.

## 2. COMERCIALIZACIÓN DEL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA

### 2.1. Presentación

**Módulo Profesional:** Comercialización del transporte y la logística.

**Código:** 0624

**Ciclo Formativo:** Transporte y Logística.

**Familia Profesional:** Comercio y Marketing.

**Duración:** 132 horas.

**Número de créditos ETCS:** 7

**Unidad de competencia asociada:** UC1422\_3: Comercializar servicios de transporte por carretera.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comercialización del servicio de transporte y logística, tales como:

- Investigación de mercados.
- Aplicación de técnicas de marketing para la comercialización e imagen de empresa.
- Organización del departamento comercial y equipo de ventas.
- Elaboración de planes de venta.
- Negociación comercial.
- Aplicación de técnicas de comunicación/negociación con clientes/usuarios.
- La realización en los departamentos afectados relativos a consultas, quejas y reclamaciones.
- Aplicación de estándares de calidad en la atención al cliente/usuario.
- La tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican:

- En la comercialización del servicio de logística y transporte de mercancías y/o viajeros.

- En la atención al cliente en empresas de logística y transporte de mercancías y/o viajeros.

## **2.2. Objetivos generales**

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales k),l), m), n), ñ), o), p),q),t),u) v) w) x) y) z) aa) ab) ac) del ciclo formativo

## **2.3. Competencias**

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias h), i), j), k), l), o),p), q), r), s), t), u) y v) del título.

## **3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

A continuación, se presentan los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación extraídos de la **Orden ECD/80/2012, de 27 de junio**, que establece el currículo del CFGS de Transporte y Logística:

1. RA 1. Obtiene la información del mercado de servicios de transporte aplicando técnicas de estudio de mercados para la toma de decisiones.

Criterios de Evaluación:

- a) Se han identificado los agentes y organismos implicados en el mercado nacional e internacional en el transporte de mercancías y viajeros.
- b) Se han observado los aspectos básicos de la normativa reguladora de la actividad económica del sector.
- c) Se han identificado las variables que condicionan la evolución del mercado de transporte.
- d) Se ha buscado información relevante de las variables de la oferta y demanda del servicio de transporte.
- e) Se han utilizado técnicas de investigación de mercados para la obtención de información.
- f) Se han utilizado funciones de estadística básica aplicables a estudios de mercado.
- g) Se han identificado los aspectos clave de la operativa y necesidades de los clientes de los servicios de transporte.
- h) Se ha diferenciado y segmentado los distintos tipos de clientes del servicio de

transporte según su perfil y necesidades.

i) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento de información y presentación de los resultados.

2. RA 2. Establece las bases para la promoción del servicio de transporte utilizando técnicas de marketing.

Criterios de Evaluación:

a) Se han caracterizado las variables esenciales de las políticas de marketing aplicadas a las particularidades de distintos tipos de servicios de transporte.

b) Se han identificado las variables de “marketing-mix” en función de distintos tipos de servicios de transporte y distintos tipos de clientes.

c) Se han identificado los medios y acciones para la promoción de distintos tipos servicios de transporte.

d) Se han evaluado las ventajas de las distintas acciones de marketing directo aplicables.

e) Se han definido las variables e información de los servicios de transporte más relevante para su comercialización y promoción.

f) Se han analizado las diferencias existentes en distintos anuncios y promociones de servicios de transporte.

g) Se han evaluado las ventajas e inconvenientes del anuncio/ inserción de la prestación de servicios de transporte en distintos medios publicitarios.

h) Se han definido acciones de promoción directa de la prestación de servicios de transporte.

3. RA 3. Planifica el proceso de venta del servicio de transporte organizando la cartera de clientes y aplicando técnicas de venta.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado las características y necesidades del cliente.

b) Se ha analizado la información obtenida del cliente.

c) Se ha determinado la cartera de clientes objetivo.

- d) Se han determinado las necesidades del departamento de ventas
  - e) Se ha establecido el plan de ventas adaptado a la necesidad de servicio y requisitos del cliente
  - f) Se ha planificado el proceso de actuación en la presentación a concursos de contratación.
  - g) Se ha programado el calendario y condiciones de las actuaciones comerciales.
  - h) Se han establecido los mecanismos de control para el seguimiento del proceso de venta.
  - i) Se han utilizado aplicaciones informáticas en la gestión del proceso de venta.
4. RA 4. Caracteriza la negociación de las condiciones del servicio transporte, aplicando técnicas de comunicación y negociación, de acuerdo con la responsabilidad asignada.

Criterios de Evaluación:

- a) Se han establecido los parámetros para la elaboración de un presupuesto de prestación de servicios.
  - b) Se han identificado los elementos que integran el coste en la elaboración de un presupuesto de prestación del servicio de transporte.
  - c) Se ha caracterizado la venta y la negociación. Distinguiendo entre vender y negociar.
  - d) Se ha elaborado un presupuesto de prestación de servicio de transporte.
  - e) Se han aplicado técnicas de comunicación en el proceso de negociación con clientes.
  - f) Se han aplicado técnicas y estrategias de negociación.
  - g) Se han diferenciado las fases del proceso de negociación de la venta del servicio.
  - h) Se han determinado las condiciones de la prestación del servicio de transporte de mercancías o viajeros.
  - i) Se ha redactado el contrato de prestación del servicio de transporte.
  - j) Se ha utilizado la documentación habitual en una operación de transporte.
5. RA 5. Caracteriza las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de acuerdo a criterios de calidad haciendo el seguimiento de las operaciones de transporte.

Criterios de Evaluación:

- a) Se han aplicado técnicas de comunicación en la relación con clientes.
  - b) Se ha valorado la importancia de la calidad en la prestación del servicio para la empresa y el usuario.
  - c) Se han identificado los factores que influyen en la valoración del servicio prestado al cliente y/o usuario.
  - d) Se han establecido los criterios e indicadores relevantes para la prestación de un servicio de calidad en el transporte.
  - e) Se han seguido los protocolos establecidos para la realización del seguimiento de la prestación del servicio.
  - f) Se han detectado las incidencias producidas en la prestación del servicio de transporte de mercancías y/o viajeros.
  - g) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.
  - h) Se han utilizado sistemas de información y comunicación en la relación con el cliente.
6. RA 6. Resuelve las reclamaciones e incidencias con los clientes y usuarios del servicio de transporte respetando la normativa vigente y la responsabilidad de las partes.

Criterios de Evaluación:

- a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
- b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.
- d) Se han aplicado las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.
- f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones utilizando en su caso medios electrónicos u otros canales de comunicación.



g) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.

h) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo para la resolución de la queja o reclamación.

## **4. ESTRUCTURA DE CONTENIDOS**

### **4.1. Contenidos básicos**

Los **contenidos mínimos** de este módulo se organizan en seis bloques temáticos según lo dispuesto en el Real Decreto 1572/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Transporte y Logística y se fijan sus enseñanzas mínimas.

#### *1. Obtención de la información del mercado de servicios de transporte:*

- Marketing de los servicios.
- La calidad del servicio.
- La investigación comercial.

#### *2. Bases para la promoción del servicio de transporte:*

- Política de productos.
- Elementos constitutivos del precio de venta.
- Políticas de comunicación en el marketing de servicios.
- Información de la empresa en la red.

#### *3. Planificación del proceso de venta del servicio de transporte:*

- Planes de venta.
- El equipo de ventas.
- Sistemas de gestión y tratamiento de la información.
- Control de los procesos de venta.

#### *4. Programación de la negociación del servicio de transporte:*

- Bases de la comunicación.
- La comunicación en la empresa.
- Comunicación verbal y no verbal.
- La comunicación escrita.
- La comunicación comercial.
- El proceso de negociación comercial en la venta de servicios.

#### *5. Definición de las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de transporte:*

- Reconocimiento de necesidades de clientes/usuarios.
- Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente.
- Sistemas de gestión de la calidad.
- La calidad en la prestación del servicio de transporte.

#### *6. Resolución de las reclamaciones e incidencias con los clientes y usuarios del servicio de transporte:*

- La atención al cliente.
- Tratamiento de las incidencias y reclamaciones.
- Reclamaciones y denuncias. Normativa.

## **4.2. Contenidos**

Los **contenidos** de este módulo vienen recogidos en ocho bloques temáticos en la **Orden ECD/80/2012, de 27 de junio**, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título en la Comunidad Autónoma de Cantabria. Son los siguientes:

#### *1. Obtención de la información del mercado de servicios de transporte:*

- Introducción al marketing de servicios:
  - El enfoque a la organización.

- El enfoque a la venta.
- El marketing actual, o enfoque al mercado.
- Qué es el marketing.
- Marketing de los servicios:
  - Características de los servicios.
  - Acciones sobre la demanda: segmentación.
  - Acciones sobre la oferta: posicionamiento.
  - Los tres niveles del marketing de los servicios.
- La calidad del servicio: Esperada, deseada y percibida:
- La investigación comercial:
  - El sistema de información en marketing (SIM).
  - Objetivos de la investigación comercial.
  - Descripción general de los mercados.
  - Estudios cualitativos.
  - Estudios cuantitativos.
  - Análisis y previsiones de venta.
  - Objetivos y previsiones: métodos.
- 2. Bases para la promoción del servicio de transporte:*
  - Política de productos:
    - Definición del producto.
    - Los tres niveles del producto.
    - Las características de los productos.

- La definición de la gama.
  - El ciclo de vida del producto.
  - Elementos constitutivos del precio de venta:
    - El precio como la percepción de un valor.
    - El precio de la competencia.
    - Los objetivos de la empresa.
    - Los costes de producción y comercialización.
    - Esquema general de determinación del precio.
  - Políticas de comunicación en el marketing de servicios:
    - La publicidad.
    - La promoción de ventas.
    - Las relaciones públicas.
    - El marketing directo.
  - Información de la empresa en la red:
    - La Web de empresa.
    - El correo electrónico.
    - Otros usos de la red.
- 3. Planificación del proceso de venta del servicio de transporte:*
- Planes de venta: determinación de los objetivos y estrategias.
  - El equipo de ventas:
    - Formación y motivación del personal de ventas.
    - Obtención de información comercial.

- Atención de consultas de clientes.
- Realización de estudios y de controles.
- Sistemas de gestión y tratamiento de la información:
  - Los sistemas de gestión de la información.
  - Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad. Las bases de datos en el sistema de archivo.
- Control de los procesos de venta:
  - Las actividades del vendedor: comportamiento, rendimiento y evaluación.
  - Análisis DAFO según informes periódicos de vendedores
  - Control de ventas.
  - Control de clientes.
  - El cuadro de mando: análisis del cuadro de mando, evaluación del equipo de ventas, rentabilidad y costes.
  - Reuniones y convenciones.

#### *4. Caracterización de las relaciones con clientes y usuarios*

- Bases de la comunicación:
  - Objetivos de la comunicación.
  - Contenido y relación en la comunicación.
  - Elementos de la comunicación.
  - Los criterios del cliente.
  - Canales de comunicación.
- La comunicación en la empresa:
  - Comunicación interna.
  - Comunicación externa.

- La imagen corporativa.
- Comunicación verbal y no verbal:
  - Técnicas de comunicación oral.
  - Habilidades sociales en la comunicación.
- La comunicación escrita:
  - Normas de comunicación y expresión.
  - Redacción de documentos profesionales.
  - Comunicación en las redes (Internet).
- La comunicación comercial.
  - La relación con el cliente.
  - La actitud del vendedor.
- El proceso de negociación comercial en la venta de servicios:
  - La preparación de la negociación.
  - Estilos de vendedor.
  - Tipologías de comprador.
  - Estilos de venta.
  - Adecuación entre estilos de venta y de compra.
  - Las fases de la venta.
  - Las objeciones.
  - La argumentación y la venta negociada: estrategias de negociación.
  - El precio del transporte como elemento de negociación.
  - El contrato de prestación del servicio: cláusulas, responsabilidad, documentación de contratación.

*5. Programación de la negociación del servicio de transporte:*

- Bases de la comunicación.
- La comunicación en la empresa.
- Comunicación verbal y no verbal.
- La comunicación escrita.
- La comunicación comercial.
- El proceso de negociación comercial en la venta de servicios.

*6. Definición de las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de transporte:*

- Reconocimiento de necesidades de clientes/usuarios.
- Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente.
- Sistemas de gestión de la calidad.
- La calidad en la prestación del servicio de transporte

*7. Gestión de las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de transporte:*

- Reconocimiento de necesidades de clientes/usuarios:
  - Concepto e identificación del cliente/usuario.
  - El conocimiento del cliente y sus motivaciones.
  - Elementos de la atención al cliente.
  - Fases de la atención al cliente.
  - La satisfacción del cliente.
  - Los procesos en contacto con el cliente externo.
- Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:
  - La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.

- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos de control del servicio.
- Evaluación y control del servicio.
- La fidelización del cliente.

- Sistemas de gestión de la calidad:

- Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad.
- Sistemas de calidad más importantes (ISO, EFQM).

- La calidad en la prestación del servicio de transporte:

- Parámetros de calidad en el transporte de mercancías.
- Parámetros de calidad en el transporte de viajeros.
- Procedimientos de control en la prestación del servicio.

#### *8. Resolución de las reclamaciones e incidencias con los clientes y usuarios del servicio de transporte:*

- La atención al cliente:

- El departamento de atención al cliente. Funciones.
- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias y felicitación.
- Elementos de una queja o reclamación. •

Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.

- Tratamiento de las incidencias y reclamaciones:

- La protección del consumidor y/o usuario.
- El rol del consumidor y/o usuario.
- Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios.
- La defensa del consumidor/usuario.



- Instituciones y organismos de protección al consumidor: entes públicos; entes privados.

- Reclamaciones y denuncias:

- Normativa reguladora en caso de reclamación o denuncia.

- Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.

- Configuración documental de la reclamación.

- Tramitación y gestión.

- Mediación y arbitraje: conceptos y características.

- Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.

### 4.3. Relación secuencial y otros vínculos

La secuenciación de contenidos se distribuirá a través de seis unidades didácticas que se confeccionan de la siguiente manera (se muestra, asimismo, los objetivos de cada unidad y la relación de cada una con los criterios de evaluación y los resultados de aprendizaje).

UNIDAD 1. ANÁLISIS DEL MERCADO DE SERVICIOS DE TRANSPORTE			
CONTENIDOS	OBJETIVOS UD	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
1.1. Marketing de servicios 1.2. Calidad del servicio 1.3. Sistema de información en marketing (SIM) 1.4. Investigación comercial 1.5. Aplicaciones informáticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Definir</b> el marketing de servicios y los niveles de servicio.</li> <li>• <b>Identificar</b> los agentes y organismos implicados en el transporte de mercancías y viajeros de los mercados nacionales e internacionales.</li> <li>• <b>Enumerar</b> la normativa reguladora de cada uno de los tipos de transporte que se desarrollan dentro del sector.</li> <li>• <b>Estudiar</b> las variables que condicionan la evolución del mercado de transporte.</li> </ul>	a) Se han identificado los agentes y organismos implicados en el mercado nacional e internacional en el transporte de mercancías y viajeros. b) Se han observado los aspectos básicos de la normativa reguladora de la actividad económica del sector. c) Se han identificado las variables que condicionan la evolución del mercado de transporte. d) Se ha buscado información	RA 1. Obtiene la información del mercado de servicios de transporte aplicando técnicas de estudio de mercados para la toma de decisiones.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Examinar</b> los sistemas de calidad del sector de transporte, identificar sus elementos y los métodos de control de calidad.</li> <li>• <b>Utilizar</b> técnicas de investigación comercial para llevar a cabo la toma de decisiones en la empresa.</li> <li>• <b>Determinar</b> los criterios para la realización de un proceso de segmentación entre la clientela, y realizar los diseños que optimizan los procesos de segmentación.</li> <li>• <b>Conocer</b> las principales aplicaciones informáticas para la obtención y tratamiento de la información y presentación de resultados.</li> </ul>	<p>relevante de las variables de la oferta y demanda del servicio de transporte.</p> <p>e) Se han utilizado técnicas de investigación de mercados para la obtención de información.</p> <p>f) Se han utilizado funciones de estadística básica aplicables a estudios de mercado.</p> <p>g) Se han identificado los aspectos clave de la operativa y necesidades de los clientes de los servicios de transporte.</p> <p>h) Se han diferenciado y segmentados los distintos tipos de clientes del servicio de transporte según su perfil y necesidades.</p> <p>i) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento de la información y presentación de resultados.</p>	
<p><b>Temporalización:</b> 20 períodos lectivos</p>			

<p align="center"><b>UNIDAD 2. PROMOCIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE</b></p>			
<p align="center">CONTENIDOS</p>	<p align="center">OBJETIVOS UD</p>	<p align="center">CRITERIOS DE EVALUACIÓN</p>	<p align="center">RESULTADOS DE APRENDIZAJE</p>
<p>2.1. Política de productos</p> <p>2.2. Establecimiento de precios</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Caracterizar</b> las variables esenciales de las políticas de marketing aplicadas a las</li> </ul>	<p>a) Se han caracterizado las variables esenciales de las políticas de marketing</p>	<p>RA 2. Establece las bases para la promoción del servicio de transporte utilizando técnicas de marketing.</p>

<p>2.3. Políticas de comunicación</p> <p>2.4. Políticas de distribución</p> <p>2.5. Marketing mix</p> <p>2.6. Información de la empresa en la red</p>	<p>particularidades de las empresas de transporte.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Seleccionar</b> las variables de marketing mix en función de los distintos tipos de servicio de transporte.</li> <li>• <b>Determinar</b> los medios y acciones para la promoción de distintos tipos de servicios de transporte.</li> <li>• <b>Evaluar</b> las ventajas de las distintas acciones de marketing directo aplicables.</li> <li>• <b>Definir</b> las variables e información más relevante de los servicios de transporte para su comercialización y promoción.</li> <li>• <b>Analizar y evaluar</b> las diferencias existentes entre diferentes anuncios y promociones, y considerar sus ventajas e inconvenientes.</li> <li>• <b>Definir</b> acciones de promoción directa de la prestación de servicios de transporte.</li> </ul>	<p>aplicadas a las particularidades de distintos tipos de servicios de transporte.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>b) Se han seleccionado las variables de marketing mix en función de distintos tipos de servicios de transporte y diferentes tipos de clientes.</li> <li>c) Se han determinado los medios y acciones para la promoción de distintos tipos de servicios de transporte.</li> <li>d) Se han evaluado las ventajas de las distintas acciones de marketing directo aplicables.</li> <li>e) Se han definido las variables e información de los servicios de transporte más relevante para su comercialización y promoción.</li> <li>f) Se han analizado las diferencias existentes en distintos anuncios y promociones de servicios de transporte.</li> <li>g) Se han evaluado las ventajas e inconvenientes del anuncio/inserción de la prestación de servicios de transporte en distintos medios publicitarios.</li> <li>h) Se han definido acciones de promoción directa de la prestación de servicios de transporte.</li> </ul>	
---	--	--	--

**Temporalización:** 24 períodos lectivos

<b>UNIDAD 3. PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE VENTA DEL SERVICIO DE TRANSPORTE</b>			
<b>CONTENIDOS</b>	<b>OBJETIVOS UD</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>
3.1. Comportamiento del consumidor 3.2. Planes de venta: objetivos y etapas 3.3. Equipo de ventas 3.4. Concurso de contratación 3.5. Sistemas de gestión y tratamiento de la información 3.6. Control de los procesos de venta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estudiar</b> el comportamiento del consumidor y la tipología de clientes y clientas a través de la clasificación de la información obtenida.</li> <li>• <b>Organizar</b> el departamento de ventas.</li> <li>• <b>Establecer</b> el plan de ventas de acuerdo con las necesidades de servicio y requisitos de la clientela.</li> <li>• <b>Definir</b> el equipo comercial.</li> <li>• <b>Elaborar</b> bases de datos fiables.</li> <li>• <b>Utilizar</b> métodos de control con el objetivo de detectar desviaciones que permitan aplicar las medidas correctoras adecuadas.</li> </ul>	a) Se han identificado las características y necesidades del cliente. b) Se ha analizado la información obtenida del cliente. c) Se ha determinado la cartera de clientes objetivo. d) Se han determinado las necesidades del departamento de ventas. e) Se ha establecido el plan de ventas adaptado a la necesidad de servicio y requisitos del cliente. f) Se ha planificado el proceso de actuación en la presentación a concursos de contratación. g) Se ha programado el calendario y condiciones de las actuaciones comerciales. h) Se han establecido los mecanismos de control para el seguimiento del proceso de venta. i) Se han utilizado aplicaciones informáticas en la gestión del proceso de venta.	RA 3. Planifica el proceso de venta del servicio de transporte organizando la cartera de clientes y aplicando técnicas de venta.

<b>Temporalización:</b> 26 períodos lectivos			

<b>UNIDAD 4. NEGOCIACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE</b>			
<b>CONTENIDOS</b>	<b>OBJETIVOS UD</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>
4.1. La base de la comunicación. Concepto y elementos de la comunicación 4.2. Tipos de comunicación 4.3. Comunicación escrita 4.4. Procesos de negociación: Fases, técnicas y estrategias 4.5. Precio final de la oferta. Alternativas de pago y contratación 4.6. Contrato de transporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Definir</b> los elementos de la comunicación y negociación.</li> <li>• <b>Dominar</b> las técnicas de comunicación: interna y externa; verbal y no verbal.</li> <li>• <b>Establecer</b> parámetros para elaborar presupuestos de contratación.</li> <li>• <b>Diferenciar</b> las fases del proceso de negociación de la venta del servicio.</li> <li>• <b>Determinar</b> el precio final de la oferta y condiciones en la prestación del servicio.</li> <li>• <b>Proponer</b> alternativas en las condiciones de pago y contratación.</li> <li>• <b>Redactar</b> el contrato de prestación del servicio de transporte.</li> <li>• <b>Conocer</b> tanto la documentación comercial como la normativa aplicable.</li> </ul>	a) Se han establecido los parámetros para la elaboración de un presupuesto de prestación de servicios. b) Se han identificado los elementos que integran el coste en la elaboración de un presupuesto de prestación de servicio de transporte. c) Se han caracterizado la venta y la negociación. Distinguiendo entre vender y negociar. d) Se ha elaborado un presupuesto de prestación de servicio de transporte. e) Se han aplicado técnicas de comunicación en el proceso de negociación con clientes. f) Se han aplicado técnicas y estrategias de negociación. g) Se han diferenciado las fases del proceso de negociación de la venta del servicio.	RA 4. Caracteriza la negociación de las condiciones del servicio transporte, aplicando técnicas de comunicación y negociación, de acuerdo con la responsabilidad asignada.

		<p>h) Se han determinado las condiciones de la prestación del servicio de transporte de mercancías o viajeros.</p> <p>i) Se ha redactado el contrato de prestación del servicio de transporte.</p> <p>j) Se ha utilizado la documentación habitual en una operación de transporte.</p>	
<p><b>Temporalización:</b> 23 períodos lectivos</p>			

UNIDAD 5. GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES			
CONTENIDOS	OBJETIVOS UD	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>5.1. Atención al cliente</p> <p>5.2. Formas de atención al cliente</p> <p>5.3. Manual de calidad y protocolos de actuación</p> <p>5.4. Sistemas de navegación</p> <p>5.5. Medidas de control</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Describir</b> la funciones del servicio posventa.</li> <li>• <b>Valorar</b> la importancia de una entrega de pedidos correcta.</li> <li>• <b>Identificar</b> las formas de atención al cliente.</li> <li>• <b>Gestionar</b> sistemas de calidad y protocolos de actuación.</li> <li>• <b>Conocer</b> las diferentes aplicaciones de seguimiento de mercancías.</li> <li>• <b>Definir</b> y aplicar las medidas de control en el servicio de atención al cliente.</li> </ul>	<p>a) Se han aplicado técnicas de comunicación en la relación con los clientes.</p> <p>b) Se ha valorado la importancia de la calidad en la prestación del servicio para la empresa y el usuario.</p> <p>c) Se han identificado los factores que influyen en la valoración del servicio prestado al cliente y/o usuario.</p> <p>d) Se han establecido los criterios e indicadores relevantes para la prestación de un</p>	<p>RA 5. Caracteriza las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de acuerdo a criterios de calidad haciendo el seguimiento de las operaciones de transporte.</p>

		<p>servicio de calidad en el transporte.</p> <p>e) Se han seguido los protocolos establecidos para la realización del seguimiento de la prestación del servicio.</p> <p>f) Se han detectado las incidencias producidas en la prestación del servicio de transporte de mercancías y/o viajeros.</p> <p>g) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</p> <p>h) Se han utilizado sistemas de información y comunicación en la relación con el cliente.</p>	
--	--	---	--

**Temporalización:** 17 períodos lectivos

<b>UNIDAD 6. RESOLUCIÓN DE LAS RECLAMACIONES E INCIDENCIAS CON LOS CLIENTES Y USUARIOS DEL SERVICIO DE TRANSPORTE</b>			
<b>CONTENIDOS</b>	<b>OBJETIVOS UD</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>
<p>6.1. Departamento de atención al cliente</p> <p>6.2. Funciones del departamento de atención al cliente</p> <p>6.3. Reclamaciones, quejas y sugerencias</p> <p>6.4. Procedimiento para tramitar las reclamaciones</p> <p>6.5. Juntas arbitrales del transporte</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Delimitar</b> las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</li> <li>• <b>Interpretar</b> la comunicación recibida por parte del cliente.</li> <li>• <b>Distinguir</b> los elementos de reclamación, queja y sugerencia.</li> <li>• <b>Identificar</b> las fases del proceso</li> </ul>	<p>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</p> <p>c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.</p> <p>d) Se han aplicado</p>	<p>RA 6. Resuelve las reclamaciones e incidencias con los clientes y usuarios del servicio de transporte respetando la normativa vigente y la responsabilidad de las partes.</p>

<p>6.6. Derechos básicos de los consumidores y/o usuarios</p> <p>6.7. Instituciones y organismos de protección al consumidor</p>	<p>de reclamaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Localizar</b> la información que hay que suministrar al cliente.</li> <li>• <b>Utilizar</b> los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones, empleando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</li> <li>• <b>Reconocer</b> la importancia de la protección del consumidor.</li> <li>• <b>Aplicar</b> la normativa en materia de consumo para la resolución de la queja o reclamación.</li> </ul>	<p>las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/ reclamaciones.</p> <p>e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.</p> <p>f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones, utilizando en su caso medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>g) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>h) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo para la resolución de la queja o reclamación.</p>	
<p><b>Temporalización:</b> 20 períodos lectivos</p>			

#### 4.4. Distribución temporal de las unidades didácticas

La distribución y temporalización de los contenidos se establece de forma aproximada. La programación debe ser un documento flexible, que se irá adaptando a las circunstancias, necesidades y carencias detectadas en los alumnos, así como de las actualizaciones que se produzcan en el mercado de trabajo y en la normativa aplicable. Estas modificaciones, en su caso, serán valoradas en el Departamento y recogidas con posterioridad en la Memoria final de curso. Por tanto, podría ser necesario aumentar la carga horaria de algunos bloques o unidades en detrimento de otros.

El módulo tiene asignada una carga horaria de **132 horas** repartidas en **cuatro periodos lectivos**



**semanales**, por lo que la impartición de las diferentes unidades de trabajo quedará secuenciada de la siguiente forma:

<b>1ª EVALUACIÓN:</b>	<b>HORAS</b>
U.T. 0. Presentación del módulo CTL	2
U.T. 1. Análisis del mercado de servicios de transporte	20
U.T. 2. Promoción del servicio de transporte	24
U.T. 3. Planificación del proceso de venta del servicio de transporte (1ª PARTE)	6
<b>2ª EVALUACIÓN:</b>	<b>HORAS</b>
U.T. 3. Planificación del proceso de venta del servicio de transporte (2ª PARTE)	20
U.T. 4. Negociación del servicio de transporte	23
U.T. 5. Caracterización de las relaciones con clientes y usuarios: la comunicación (1ª PARTE)	6
<b>3ª EVALUACIÓN:</b>	<b>HORAS</b>
U.T. 5. Caracterización de las relaciones con clientes y usuarios: la comunicación (2ª PARTE)	11
U.T. 7. Definición y gestión de las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de transporte	20

## **5. METODOLOGÍA DIDÁCTICA**

Antes de comenzar, señalar que el propósito de la metodología didáctica a desempeñar, es variado y afín a la filosofía de la FP específica: por un lado, promover la integración de contenidos científicos, tecnológicos y organizativos; por otro, favorecer en el alumnado la capacidad para aprender por sí mismo y para trabajar en equipo de modo que el alumno sea protagonista de su propio aprendizaje; impartir contenidos de lo aprendido que resulten funcionales, es decir, se trata de utilizarlos en circunstancias reales de la vida cotidiana; y por último, ofrecer una educación de calidad que promueva

la equidad y la inclusión, tal como se recoge en la Agenda 2030 de la ONU. Siempre respetando el estilo de enseñanza del docente y los principios y orientaciones pedagógicas recogidos en el «Proyecto Educativo», en el «Proyecto Curricular», en el currículo del Ciclo y en el Decreto 4/2010.

Existen multitud de modelos de aprendizajes y enseñanza, no obstante de los mismos, a continuación, únicamente se exponen las propuestas metodológicas (generales y específicas) más representativas que se implementarán en el aula.

**1. Modelo de Kolb**, para aprender debemos trabajar o procesar la información que recibimos. Para ello, el aprendizaje se ha de vertebrar en cuatro fases/ dimensiones que suponen: a) actuar, b) reflexionar, c) experimentar y d) teorizar.

Nuestro sistema educativo históricamente se ha basado en la última, por otro lado, todos nos solemos especializar en una o como mucho dos fases. Si somos alumnos activos, aprendemos mejor con actividades parecidas a desafíos con emoción, drama y resultado inmediato; si somos reflexivos, preferimos actividades que promuevan el análisis, la observación y la toma de conclusiones; si somos pragmáticos, optamos por actividades que relacionen la teoría con la práctica; y si somos alumnos teóricos, aprendemos mejor a partir de modelos, teorías o métodos con ideas.

En función de cómo se presente y se trabaje el contenido en clase, nos parecerá más sencillo o difícil. Por esta razón, para un aprendizaje óptimo hay que trabajar en una y cada una de las fases para que el aprendizaje funcione como si se tratara de una rueda (flujo circular), de tal forma que se garantice el aprendizaje de todos los alumnos cualquiera que sea su estilo, ayudando, asimismo, a fortalecer las fases que se tengan menos trabajadas (y con las que muestren mayor dificultad) para ir tejiendo un mejor sistema de capacidades.

**2 y 3. El Aprendizaje basado en juego (ABJ) y la Gamificación**, persiguen el aprendizaje en el alumnado a través del uso del juego educativo y de sus mecánicas. Ambas traen consigo un ingrediente extraordinario: la motivación. Y pretenden adquirir los cimientos o raíces del juego para generar la realización de ciertas acciones y habilidades.

Pero primero diferenciamos una de otra, el ABJ consiste en la utilización del juego como mecanismo de apoyo al aprendizaje y la asimilación de contenidos. Mientras que la Gamificación, está más centrada en el uso de dinámicas (experiencias de inmersión y diversión que promueven la capacidad crítica, lógica y reflexiva).

El primero tiene un carácter más competitivo y el segundo más colaborativo. En ambos casos se busca generar emociones, interés, implicación y estimulación. Ambas se conciben como un recurso o medio metodológico, pero nunca como un fin que abarque la totalidad de la didáctica.

**4. Aprendizaje funcional y significativo:** aquel que ayuda a adquirir una serie de competencias que le servirán al alumno para actuar con solvencia y pertenencia dentro de su ámbito personal y laboral a través de un aprendizaje lógico.

Este tipo de enseñanza permite comprender y razonar los nuevos contenidos conectándolos con los previos, ampliando los conocimientos, y adquiriendo una serie de aprendizajes que se podrán implementar en un escenario futuro que sea parejo.

Esto sirve al alumno para acercarse con más certezas y habilidades al mundo profesional, despejando las posibles incertidumbres u objeciones que se encuentre.

**5. Otros modelos y principios dignos de mención que atiendo en mi metodología:** el alumno como protagonista de su aprendizaje, aprendizaje colaborativo (grupos, cooperación...), aprendizaje del ser (aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir, aprender a aprender y aprender a ser).

Se llevará a cabo, por tanto, una metodología teórico-práctica con un proceso activo-participativo de carácter dinámico, abierto, flexible y reflexivo. El objetivo es desarrollar los temas de forma amena para continuar despertando el interés de los alumnos hacia la unidad, el módulo, y porque no, hacia el propio ciclo. Por ello en cada clase, a través del uso de una metodología expositiva inicial de los contenidos de la unidad de trabajo (presentación por parte del profesor de los contenidos conceptuales y organización y motivación del grupo) se pasará a una segunda parte práctica (actividades, individuales o grupales, adecuadas a cada Unidad).

En relación a la estrategia didáctica, habrá espacio para el trabajo cooperativo, trabajando a través de grupos mixtos y heterogéneos que faciliten al alumno dar respuesta a los retos académicos y a su propio aprendizaje personal. Esta metodología educativa, ayudará también al trabajo colectivo que fomentará un aprendizaje individual y conjunto. Es una apuesta por el trabajo del docente como mentor, por el desarrollo de la autonomía y responsabilidad del alumnado, y por la cultura del esfuerzo dentro del proceso formativo, preparando al alumno para un mundo global y para los elementos productivos que integran su actividad profesional.

Por todo ello, la intervención didáctica partirá de los siguientes **principios básicos**:

- Conocer el desarrollo de las capacidades y conocimientos previos.
- Favorecer la construcción de aprendizajes significativos
- Desarrollar la capacidad de aprender a aprender (estrategias y habilidades de planificación de su propia actuación de aprendizaje).
- Potenciar el desarrollo de la actividad mental, trabajo individual, en grupo, búsqueda de conexiones entre contenidos.

## 6. EVALUACIÓN

En relación con los procesos de aprendizaje, las características que debe reunir la evaluación en la Formación Profesional son:

- La evaluación del proceso de aprendizaje de los alumnos debe ser **continua** y en este sentido se puede diferenciar entre una evaluación inicial, una evaluación continua y una evaluación final o sumativa.
- La evaluación debe ser **integradora**, referida al conjunto de las capacidades expresadas en los objetivos generales del ciclo así como a los criterios de evaluación.
- La evaluación debe perseguir una finalidad **formativa**, se evalúa fundamentalmente para mejorar los resultados del proceso de enseñanza aprendizaje.

Para aprobar el módulo es imprescindible tener superadas todas las evaluaciones que se programen para el curso.

Se calificará a los alumnos en sesiones de evaluación una vez al final de cada trimestre, y además se realizará una evaluación inicial de carácter cualitativo. En la misma, se aportará información relevante obtenida hasta ese momento sobre el proceso de enseñanza y aprendizaje, que podrá referirse al curso en marcha o a cursos y/o etapas anteriores. Esta evaluación, no supondrá en ningún caso calificación del alumnado si bien podrá informarse a este del resultado de dicha evaluación en los términos que establece el proyecto curricular.

### 6.1. Procedimientos e instrumentos de evaluación del aprendizaje

La evaluación formativa de los alumnos se realizará mediante el seguimiento de sus trabajos tanto dentro como fuera del aula, la entrega de las actividades propuestas por el profesor, pruebas escritas, resolución de casos prácticos, exposiciones orales y la entrega de cualquier trabajo en la fecha solicitada por el docente.

Se utilizarán los siguientes instrumentos para la evaluación del aprendizaje:

- a) **Portafolio de actividades/ tareas:** A lo largo de cada unidad de trabajo se plantearán ejercicios que deberán ser presentados en el plazo señalado, bien **individualmente o en grupo**. Conjunto de actividades, tareas, trabajos solicitados para evaluación por el docente bien durante el transcurso de la sesión o bien para su desarrollo fuera del aula dentro de un plazo concreto. Son de tipología variada, siendo los más habituales trabajos de: exposiciones/presentaciones, podcast, noticias, vídeos, prácticas, etc.

- b) **Pruebas escritas específicas:** Exámenes teórico-prácticos **de carácter individual**, que podrán incluir preguntas tipo test, preguntas abiertas, ejercicios o realización de casos de estudio sobre los contenidos del libro, así como, apuntes, trabajos u otro material señalado con relación a las unidades de trabajo que indique el docente. **Se realizarán una o dos por evaluación.**

La evaluación se realizará atendiendo a dos tipos de actuación: la evaluación continua, que se llevará a cabo a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y la evaluación sumativa, que valorará los resultados del alumno al final del período lectivo.

## 6.2. Criterios de calificación

La evaluación continua se realizará mediante la valoración por el profesor del proceso de aprendizaje a lo largo del curso académico y, fundamentalmente, por los resultados obtenidos en cada una de las evaluaciones correspondientes, en relación con la información ofrecida por el profesor de los contenidos programados en cada una de ellas, y de acuerdo a la media ponderada de los siguientes tipos de actuación:

a) **Portafolio de actividades/tareas.** Coeficiente de ponderación: 25%.

b) **Pruebas escritas específicas.** Coeficiente de ponderación: 75%.

La calificación final de cada evaluación tendrá una cuantificación numérica entre 1 y 10, sin decimales. Se considerarán como positivas las comprendidas entre 5 y 10 y negativas las restantes.

Consideraciones a tener en cuenta sobre redondeos en la calificación:

- ❖ Las medias no se realizarán con las notas que aparecen en el boletín sino con las medias registradas por el profesor.
- ❖ Que los redondeos a números enteros se harán de la siguiente manera:
  - De 5 a 5,64 será un 5, y de 5,65 en adelante un 6
  - De 6 a 6,64 será un 6, y de 6,65 en adelante un 7
  - De 7 a 7,64 será un 7, y de 7,65 en adelante un 8
  - De 8 a 8,64 será un 8, y de 8,65 en adelante un 9
  - De 9 a 9,7 será un 9, y de 9,71 en adelante un 10

El profesor a principios de curso informará a los alumnos acerca de los resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación de la materia, así como los requisitos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva en ella.

### **6.3. Plan de recuperación de evaluaciones**

#### **Primera evaluación final ordinaria**

La evaluación se realiza trimestralmente y el módulo se considera aprobado cuando el alumno/a tiene aprobadas las tres evaluaciones. La nota final del módulo será la media aritmética sin decimales de las correspondientes a cada evaluación. **Este criterio se aplicará siempre y cuando todas las evaluaciones estén aprobadas, en cualquier otro caso la nota final será negativa.**

En ese caso, el alumno/a podrá presentarse en mayo/ junio a la recuperación de **la primera evaluación final ordinaria**, donde se realizará una prueba escrita específica para aquellos que tengan alguna evaluación suspensa. Para superar cada evaluación suspensa, el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5. La calificación de la evaluación recuperable se obtendrá aplicando los siguientes porcentajes: 75% prueba específica de recuperación de la evaluación/ evaluaciones suspensas, manteniéndose la nota del portafolio de actividades/ tareas de la evaluación/ evaluaciones a recuperar que haya realizado el alumno con una ponderación del 25%.

#### **Segunda evaluación final ordinaria**

De no ser superada en este momento la primera evaluación final ordinaria, en **la segunda evaluación final ordinaria** (antigua convocatoria de septiembre, ahora en junio), se examinarán de nuevo únicamente de la evaluación/ evaluaciones suspensas. Para superar la segunda prueba ordinaria el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5. La calificación de la evaluación recuperable se obtendrá aplicando los siguientes porcentajes: 80% prueba específica de recuperación de la evaluación/ evaluaciones suspensas, manteniéndose la nota del portafolio de actividades/ tareas de la evaluación/ evaluaciones a recuperar que haya realizado el alumno con una ponderación del 20%.

#### **Recuperación de pendientes**

Los alumnos que promocionan a segundo curso con el módulo pendiente se examinarán de ese módulo en el mes de febrero. La materia a evaluar será la que se impartió en el curso anterior y la prueba versará sobre los contenidos mínimos exigibles.

Para realizar el seguimiento del alumno, se elaborará un plan de recuperación con un portafolio de actividades a realizar y un calendario de entrega de los mismos.

La prueba escrita específica de recuperación puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Para superar la prueba el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

El portafolio de actividades de recuperación supondrá un 25% de la calificación del módulo, y la prueba escrita de recuperación el 75%.

Los alumnos que no superen el módulo en el mes de febrero, se les evaluará en el mes de junio, aplicando los mismos criterios de calificación de la convocatoria de febrero.

#### **6.4 Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación académica**

En caso de sorprender a algún alumno realizando prácticas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de normas sobre prácticas fraudulentas aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular del Ciclo.

#### **6.5 Otras penalizaciones**

Asimismo, en caso de sorprender a algún alumno utilizando el teléfono móvil en un tiempo y forma inadecuado, se cumplirán al respecto con las “Normas de Organización y Funcionamiento” del IES Las Llamas durante el curso 2023-2024.

### **7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS**

Se prevé el empleo de los siguientes recursos:

- **Libro de texto:** “Comercialización del transporte y la logística”. Editorial Paraninfo.
- **Materiales:** Textos legales, anuarios económicos, memorias económicas de empresas, convenios colectivos, revistas técnicas, etc...
- **TIC:** Ordenadores, Internet, proyector, Plataforma Microsoft office 365 (Teams) donde los alumnos podrán acceder a los recursos del módulo y a la entrega de los trabajos solicitados por el profesor, otro software o apps online (Canva, Kahoot, etc).

El aula ha de permitir la disposición flexible de las mesas para facilitar el trabajo en equipo cuando sea necesario y la realización de debates colectivos. Muchas de las actividades características de esta materia tienen una duración superior a un período lectivo. Por ello, es aconsejable disponer siempre la misma aula o espacio para facilitar la continuidad del trabajo.

Es conveniente disponer de un conjunto de materiales de referencia para la consulta y manejo por parte del alumnado. Estos materiales deben comprender informaciones reales y precisas acerca del sector profesional, la actividad económica y la organización del transporte de viajeros.

- El profesor del módulo proporcionará los instrumentos didácticos necesarios en cada tema: lecturas, presentaciones de Power Point, apuntes de apoyo al texto, cuestionarios, ejercicios prácticos, casos de estudio, etc.
- Los alumnos utilizarán un soporte digital para registrar las actividades, ejercicios y casos prácticos de informática que se realizarán durante el curso (vía Teams).
- Medios audiovisuales. Videos/DVD.
- Sala de informática. Aplicaciones e Internet.
- Recursos biblioteca (libros, revistas, internet).
- Bibliografía y Webgrafía básica recomendada.
- Otros recursos que se utilizarán serán programas online de introducción y repaso de contenidos (tipo Kahoot), así como, dinámicas (role playing, elevator pitch, gamificación) y juegos didácticos de aprendizaje con la finalidad de aprender, interiorizar y repasar la materia impartida.

## **8. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS**

### *1. Obtención de la información del mercado de servicios de transporte:*

- Marketing de los servicios.
- La calidad del servicio.
- La investigación comercial.

### *2. Bases para la promoción del servicio de transporte:*

- Política de productos.
- Elementos constitutivos del precio de venta.
- Políticas de comunicación en el marketing de servicios.
- Información de la empresa en la red.

### *3. Planificación del proceso de venta del servicio de transporte:*



- Planes de venta.
- El equipo de ventas.
- Sistemas de gestión y tratamiento de la información.
- Control de los procesos de venta.

#### *4. Programación de la negociación del servicio de transporte:*

- Bases de la comunicación.
- La comunicación en la empresa.
- Comunicación verbal y no verbal.
- La comunicación escrita.
- La comunicación comercial.
- El proceso de negociación comercial en la venta de servicios.

#### *5. Definición de las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de transporte:*

- Reconocimiento de necesidades de clientes/usuarios.
- Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente.
- Sistemas de gestión de la calidad.
- La calidad en la prestación del servicio de transporte.

#### *6. Resolución de las reclamaciones e incidencias con los clientes y usuarios del servicio de transporte:*

- La atención al cliente.
- Tratamiento de las incidencias y reclamaciones.
- Reclamaciones y denuncias. Normativa.

## **9. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

La diversidad del alumnado en los ciclos formativos de nuestro centro viene determinada por su procedencia académica o profesional. También se dan algunos casos de alumnos/as con algún tipo de discapacidad.

Las medidas para atender a la diversidad del alumnado serán las siguientes:

- Cuando el alumnado tenga distinta procedencia académica o profesional y esto origine distintos ritmos de aprendizaje:
  - o Si se trata de alumnado con alta capacidad intelectual, que presente un ritmo de aprendizaje superior al resto del grupo, se le plantearán actividades de profundización o ampliación que requieran un mayor rigor técnico sobre la materia una vez que hayan realizado correctamente las tareas generales propuestas.
  - o Si se trata de alumnado con dificultades para alcanzar los objetivos, se le plantearán actividades de refuerzo.
  
- Cuando el ciclo formativo sea cursado por alumnado con algún tipo de discapacidad, se adecuarán las actividades formativas, los criterios y los procedimientos de evaluación. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.
  - o En caso de concurrir en algún alumno/a la circunstancia de discapacidad física, se realizarán las adaptaciones necesarias en relación a los recursos y equipamientos del centro o la creación de materiales.
  - o Si concurre algún alumno/a con discapacidad sensorial, se requerirá el apoyo del Departamento de Orientación para realizar una correcta adaptación curricular individual y no significativa.

## **10. RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS**

### **Plan Lingüístico de Centro y Bibliotecas Escolares**

Plan para el desarrollo de la competencia en comunicación lingüística y el fomento de la lectura. Comprende actuaciones desde todos los ámbitos y materias, utilizando nuevas metodologías y soportes de transmisión de la información, no sólo el libro físico.

Integrándolo con el uso de las TICs, se fomentará la búsqueda y lectura de información en internet, relacionada con la temática relacionada con el módulo y propuesta por el profesor, siempre bajo su supervisión.

### **Plan Digital de Centro**

Este plan se basa en la utilización de los medios informáticos como instrumento de consulta, búsqueda de información y resolución de supuestos prácticos, se implementará tal como viene recogido en el punto 7.

### **Plan de Atención a la Diversidad**

Esta programación recoge medidas de atención a la diversidad tal como se recoge en el punto 9.

### **Plan de Acción Tutorial (PAT)**

Se debe organizar el proceso de enseñanza-aprendizaje del grupo de ciclo para poder trabajar a lo largo del curso los siguientes temas: pre y post evaluaciones con el alumnado, entrevistas individuales de orientación y aclaración de aspectos que originen dudas.

### **Plan de Convivencia**

Ayudan a establecer unas pautas de relación y trato entre compañeros colaborando con el plan de convivencia y prevención de conductas violentas.

### **Plan Lector**

Se favorecerá que el desarrollo de la competencia lectora se convierta en elemento prioritario de la materia, de forma que los alumnos se expresen de forma correcta. Se trata de la utilización y contextualización de términos/vocabulario propios y específicos de los contenidos que se estén desarrollando en ese momento, así como de los generales y propios del módulo. Lectura comprensiva en clase del libro de texto, apuntes desarrollados por el profesor sobre los contenidos que se estén impartiendo o cualquier otro documento (recortes prensa, noticias...)

Se contempla el Plan Lector de tal manera que el alumno perciba que la lectura sirve para informarnos, para aprender, para disfrutar y para opinar.

Como complemento a los contenidos impartidos en las diferentes unidades, es interesante hacer una aproximación al mundo real a través de las noticias que aparecen en la prensa diaria o especializada. Esto permite que los alumnos vean la aplicación práctica de lo que están viendo en clase.

## **11. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES**

Se prevé la realización de una charla en el propio centro que versará sobre la implantación de la ISO en entidades relacionadas con el sector del transporte y la logística, y/o una salida a una empresa también del sector donde se pueda *tangibilizar* de manera real los contenidos impartidos en el aula.

Ambas están aún por confirmar.

## **12. UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS**

En cuanto al uso de espacios y equipos, las clases serán impartidas en el aula de referencia (101) de los alumnos, ya que en dicho aula se dispone de proyector y ordenador conectado a Internet. Únicamente se utilizará otro espacio durante la sesión semanal estipulada para ordenadores, en la cual utilizaremos la sala de informática número 2. En ambos casos, atendiendo al horario y asignación de aulas que la Jefatura confeccione para el uso de los espacios.

Durante el curso, en determinadas unidades, se utilizará si se necesitase el salón de actos del centro para asistir a conferencias u otro tipo de actividades.

Por otra parte, aunque el aula siempre tendrá una posición de mesas estandarizada y una posición del alumnado consensuada con el resto de profesores del ciclo, se mostrará flexible para cuando se realicen debates, actividades en grupo, dinámicas análogas que demanden la movilidad en el aula (siempre respetando las NOF de Centro) y después se volverá a dejar todo en su posición inicial. Se tendrá, por tanto, especial cuidado en utilizar y tratar con pulcritud los materiales y espacios de la clase para que el siguiente docente se encuentre todo en perfectas condiciones.

## **13. CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES**

No existen razones de seguridad, de disponibilidad de equipamiento u otras que hagan necesaria la existencia de desdobles, agrupaciones flexibles o apoyos docentes (Art. 23.7 del Decreto 4/2010, de 28 de enero, por el que se regula la ordenación general de la Formación Profesional en el sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Cantabria). No se contempla por tanto la utilización de este tipo de medidas en el módulo.

## 14. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE

La evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje, desarrollo de la programación y práctica docente, requiere de instrumentos, dirigidos tanto al profesorado como al alumnado, que permiten obtener información relevante.

Tendrá carácter continuo, se llevará a cabo de forma procesual y su función será formativa. Se estará siempre alerta a la marcha de la clase, al clima de aula y a las necesidades y demandas del alumnado. Con estos datos se podrá corregir durante el mismo proceso las propuestas que no están funcionando, buscar otras si es necesario, o modificar elementos de la programación que estén dando resultados negativos. Además, esta evaluación servirá para refrendar las cuestiones positivas de la programación que así quedarán afianzadas.

Los instrumentos que se utilizarán serán el propio cuaderno de clase donde se anotarán los sucesos relevantes del aula y las reuniones informales con los compañeros docentes.

En cuanto a la **evaluación específica de mi propia práctica docente**, se utilizará:

**Reuniones de departamento:** En las reuniones del departamento de Organización y Gestión Comercial se incluirá en el orden del día, la revisión del desarrollo de la programación con el fin de adaptarla a la evolución del proceso de enseñanza-aprendizaje. La revisión incluirá, al menos, la evaluación de la organización y distribución de los contenidos y criterios de evaluación en cada uno de los temas, de los enfoques didácticos y metodológicos utilizados, de los materiales y recursos empleados, de los procedimientos e instrumentos de evaluación desarrollados y de las medidas de atención a la diversidad implantadas.

**Encuestas al alumnado:** de forma anónima y voluntaria, los alumnos realizarán una encuesta a final de cada evaluación en la que responderán a cuestiones sobre el clima de aula, la metodología empleada, el trabajo y claridad en las explicaciones, la ayudada / soporte brindado por el profesorado, etc. Estas cuestiones serán definidas / consensuadas con la comisión de coordinación pedagógica.

Por terminar, destacar que al terminar el curso llevo a cabo una **diana de evaluación** por grupos, con una posterior puesta común en la pizarra, en la que se realiza una valoración final en relación a los siguientes aspectos: autoevaluación del alumno, evaluación del grupo de clase, evaluación del docente, evaluación de la metodología, evaluación de los procedimientos de evaluación y calificación, evaluación del módulo, evaluación del primer curso del ciclo y evaluación del Instituto.

## 15. NORMATIVA

- ✓ La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE).
- ✓ Ley 6/2008, de 26 de diciembre, de Educación de Cantabria (LECAN).
- ✓ Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, que establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
- ✓ Decreto 4/2010, de 28 de enero, por el que se regula la ordenación general de la Formación Profesional en el sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Cantabria (BOC del 8 de febrero).
- ✓ Real Decreto 1572/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Transporte y Logística y se fijan sus enseñanzas mínimas, y por
- ✓ Orden ECD/80/2012, de 27 de junio, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- ✓ Orden ECD/88/2018, de 17 de julio, por la que se modifica la Orden EDU/66/2010, de 16 de agosto, de evaluación y acreditación académica, en las enseñanzas de Formación Profesional Inicial del Sistema Educativo en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- ✓ Orden EDU/70/2010, de 3 de septiembre, por la que se regula el procedimiento para garantizar el derecho de los alumnos a ser evaluados conforme a criterios objetivos.
- ✓ Decreto 78/2019, de 24 de mayo, de ordenación de la atención a la diversidad en los centros públicos y privados concertados que imparten enseñanzas no universitarias en la Comunidad Autónoma de Cantabria; Orden EDU/5/2006, de 22 de febrero, que regula los PAD (BOC del 8 de marzo); Orden EDU/21/2006, de 24 de marzo, que establece las funciones de los diferentes profesionales, en el ámbito a la diversidad (BOC de 7 de abril).
- ✓ El Proyecto Curricular del Ciclo Formativo.
- ✓ El Proyecto Educativo de Centro.
- ✓ Instrucciones de la Consejería de Educación de inicio de curso para centros educativos que imparten enseñanzas de Formación Profesional del sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

## 16. ANEXOS

### HOJA INFORMATIVA PARA EL ALUMNADO DEL MÓDULO DE COMERCIALIZACIÓN DEL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA CURSO 2023/2024

#### RELACIÓN DE CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN
2. CONTENIDOS, RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN
3. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL
4. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE
5. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
6. PLAN DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES
7. FRAUDES EN LAS PRUEBAS Y PROCESO DE EVALUACIÓN ACADÉMICA
8. PENALIZACIÓN POR EL USO DEL MÓVIL DE FORMA INADECUADA Y NO AUTORIZADA
9. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS
10. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

#### 1. PRESENTACIÓN

**Módulo Profesional:** Comercialización del transporte y la logística.

**Código:** 0624

**Ciclo Formativo:** Transporte y Logística.

**Familia Profesional:** Comercio y Marketing.

**Duración:** 132 horas (4h semanales)

**Número de créditos ETCS:** 7

**Unidad de competencia asociada:** UC1422\_3: Comercializar servicios de transporte por carretera.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comercialización del servicio de transporte y logística, tales como:

- Investigación de mercados.
- Aplicación de técnicas de marketing para la comercialización e imagen de empresa.
- Organización del departamento comercial y equipo de ventas.
- Elaboración de planes de venta.
- Negociación comercial.
- Aplicación de técnicas de comunicación/negociación con clientes/usuarios.
- La realización en los departamentos afectados relativos a consultas, quejas y reclamaciones.
- Aplicación de estándares de calidad en la atención al cliente/usuario.
- La tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican:

- En la comercialización del servicio de logística y transporte de mercancías y/o viajeros.
- En la atención al cliente en empresas de logística y transporte de mercancías y/o viajeros.

## 2. CONTENIDOS, RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La secuenciación de contenidos se distribuirá a través de seis unidades didácticas que se confeccionan de la siguiente manera (se muestra, asimismo, los objetivos de cada unidad y la relación de cada una con los criterios de evaluación y los resultados de aprendizaje).

UNIDAD 1. ANÁLISIS DEL MERCADO DE SERVICIOS DE TRANSPORTE			
CONTENIDOS	OBJETIVOS UD	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
1.6. Marketing de servicios 1.7. Calidad del servicio 1.8. Sistema de información en marketing (SIM) 1.9. Investigación comercial 1.10. Aplicaciones informáticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Definir</b> el marketing de servicios y los niveles de servicio.</li> <li>• <b>Identificar</b> los agentes y organismos implicados en el transporte de mercancías y viajeros de los mercados nacionales e internacionales.</li> <li>• <b>Enumerar</b> la</li> </ul>	j) Se han identificado los agentes y organismos implicados en el mercado nacional e internacional en el transporte de mercancías y viajeros.  k) Se han observado los aspectos básicos de la normativa reguladora de la	RA 1. Obtiene la información del mercado de servicios de transporte aplicando técnicas de estudio de mercados para la toma de decisiones.



	<p>normativa reguladora de cada uno de los tipos de transporte que se desarrollan dentro del sector.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estudiar</b> las variables que condicionan la evolución del mercado de transporte.</li> <li>• <b>Examinar</b> los sistemas de calidad del sector de transporte, identificar sus elementos y los métodos de control de calidad.</li> <li>• <b>Utilizar</b> técnicas de investigación comercial para llevar a cabo la toma de decisiones en la empresa.</li> <li>• <b>Determinar</b> los criterios para la realización de un proceso de segmentación entre la clientela, y realizar los diseños que optimizan los procesos de segmentación.</li> <li>• <b>Conocer</b> las principales aplicaciones informáticas para la obtención y tratamiento de la información y presentación de resultados.</li> </ul>	<p>actividad económica del sector.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>l) Se han identificado las variables que condicionan la evolución del mercado de transporte.</li> <li>m) Se ha buscado información relevante de las variables de la oferta y demanda del servicio de transporte.</li> <li>n) Se han utilizado técnicas de investigación de mercados para la obtención de información.</li> <li>o) Se han utilizado funciones de estadística básica aplicables a estudios de mercado.</li> <li>p) Se han identificado los aspectos clave de la operativa y necesidades de los clientes de los servicios de transporte.</li> <li>q) Se han diferenciado y segmentados los distintos tipos de clientes del servicio de transporte según su perfil y necesidades.</li> <li>r) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento de la información y presentación de resultados.</li> </ul>	
<p><b>Temporalización:</b> 20 períodos lectivos</p>			

## UNIDAD 2. PROMOCIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE

CONTENIDOS	OBJETIVOS UD	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>2.7. Política de productos</p> <p>2.8. Establecimiento de precios</p> <p>2.9. Políticas de comunicación</p> <p>2.10. Políticas de distribución</p> <p>2.11. Marketing mix</p> <p>2.12. Información de la empresa en la red</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Caracterizar</b> las variables esenciales de las políticas de marketing aplicadas a las particularidades de las empresas de transporte.</li> <li>• <b>Seleccionar</b> las variables de marketing mix en función de los distintos tipos de servicio de transporte.</li> <li>• <b>Determinar</b> los medios y acciones para la promoción de distintos tipos de servicios de transporte.</li> <li>• <b>Evaluar</b> las ventajas de las distintas acciones de marketing directo aplicables.</li> <li>• <b>Definir</b> las variables e información más relevante de los servicios de transporte para su comercialización y promoción.</li> <li>• <b>Analizar y evaluar</b> las diferencias existentes entre diferentes anuncios y promociones, y considerar sus ventajas e inconvenientes.</li> <li>• <b>Definir</b> acciones de promoción directa de la prestación de servicios de transporte.</li> </ul>	<p>i) Se han caracterizado las variables esenciales de las políticas de marketing aplicadas a las particularidades de distintos tipos de servicios de transporte.</p> <p>j) Se han seleccionado las variables de marketing mix en función de distintos tipos de servicios de transporte y diferentes tipos de clientes.</p> <p>k) Se han determinado los medios y acciones para la promoción de distintos tipos de servicios de transporte.</p> <p>l) Se han evaluado las ventajas de las distintas acciones de marketing directo aplicables.</p> <p>m) Se han definido las variables e información de los servicios de transporte más relevante para su comercialización y promoción.</p> <p>n) Se han analizado las diferencias existentes en distintos anuncios y promociones de servicios de transporte.</p> <p>o) Se han evaluado las ventajas e</p>	<p>RA 2. Establece las bases para la promoción del servicio de transporte utilizando técnicas de marketing.</p>

		<p>inconvenientes del anuncio/inserción de la prestación de servicios de transporte en distintos medios publicitarios.</p> <p>p) Se han definido acciones de promoción directa de la prestación de servicios de transporte.</p>	
--	--	---	--

**Temporalización:** 24 períodos lectivos

### UNIDAD 3. PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE VENTA DEL SERVICIO DE TRANSPORTE

CONTENIDOS	OBJETIVOS UD	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>3.7. Comportamiento del consumidor</p> <p>3.8. Planes de venta: objetivos y etapas</p> <p>3.9. Equipo de ventas</p> <p>3.10. Concurso de contratación</p> <p>3.11. Sistemas de gestión y tratamiento de la información</p> <p>3.12. Control de los procesos de venta</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estudiar</b> el comportamiento del consumidor y la tipología de clientes y clientas a través de la clasificación de la información obtenida.</li> <li>• <b>Organizar</b> el departamento de ventas.</li> <li>• <b>Establecer</b> el plan de ventas de acuerdo con las necesidades de servicio y requisitos de la clientela.</li> <li>• <b>Definir</b> el equipo comercial.</li> <li>• <b>Elaborar</b> bases de datos fiables.</li> <li>• <b>Utilizar</b> métodos de control con el objetivo de detectar desviaciones que permitan aplicar las medidas correctoras adecuadas.</li> </ul>	<p>j) Se han identificado las características y necesidades del cliente.</p> <p>k) Se ha analizado la información obtenida del cliente.</p> <p>l) Se ha determinado la cartera de clientes objetivo.</p> <p>m) Se han determinado las necesidades del departamento de ventas.</p> <p>n) Se ha establecido el plan de ventas adaptado a la necesidad de servicio y requisitos del cliente.</p> <p>o) Se ha planificado el proceso de actuación en la presentación a concursos de contratación.</p> <p>p) Se ha programado el calendario y condiciones de las actuaciones comerciales.</p>	<p>RA 3. Planifica el proceso de venta del servicio de transporte organizando la cartera de clientes y aplicando técnicas de venta.</p>

		<p>q) Se han establecido los mecanismos de control para el seguimiento del proceso de venta.</p> <p>r) Se han utilizado aplicaciones informáticas en la gestión del proceso de venta.</p>	
--	--	---	--

**Temporalización:** 26 períodos lectivos

#### UNIDAD 4. NEGOCIACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE

CONTENIDOS	OBJETIVOS UD	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>4.7. La base de la comunicación. Concepto y elementos de la comunicación</p> <p>4.8. Tipos de comunicación</p> <p>4.9. Comunicación escrita</p> <p>4.10. Procesos de negociación: Fases, técnicas y estrategias</p> <p>4.11. Precio final de la oferta. Alternativas de pago y contratación</p> <p>4.12. Contrato de transporte</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Definir</b> los elementos de la comunicación y negociación.</li> <li>• <b>Dominar</b> las técnicas de comunicación: interna y externa; verbal y no verbal.</li> <li>• <b>Establecer</b> parámetros para elaborar presupuestos de contratación.</li> <li>• <b>Diferenciar</b> las fases del proceso de negociación de la venta del servicio.</li> <li>• <b>Determinar</b> el precio final de la oferta y condiciones en la prestación del servicio.</li> <li>• <b>Proponer</b> alternativas en las condiciones de pago y contratación.</li> <li>• <b>Redactar</b> el contrato de prestación del servicio de transporte.</li> <li>• <b>Conocer</b> tanto la documentación comercial como la normativa aplicable.</li> </ul>	<p>k) Se han establecido los parámetros para la elaboración de un presupuesto de prestación de servicios.</p> <p>l) Se han identificado los elementos que integran el coste en la elaboración de un presupuesto de prestación de servicio de transporte.</p> <p>m) Se han caracterizado la venta y la negociación. Distinguiendo entre vender y negociar.</p> <p>n) Se ha elaborado un presupuesto de prestación de servicio de transporte.</p> <p>o) Se han aplicado técnicas de comunicación en el proceso de negociación con clientes.</p> <p>p) Se han aplicado técnicas y estrategias de negociación.</p>	<p>RA 4. Caracteriza la negociación de las condiciones del servicio transporte, aplicando técnicas de comunicación y negociación, de acuerdo con la responsabilidad asignada.</p>

		<p>q) Se han diferenciado las fases del proceso de negociación de la venta del servicio.</p> <p>r) Se han determinado las condiciones de la prestación del servicio de transporte de mercancías o viajeros.</p> <p>s) Se ha redactado el contrato de prestación del servicio de transporte.</p> <p>t) Se ha utilizado la documentación habitual en una operación de transporte.</p>	
--	--	---	--

**Temporalización:** 23 períodos lectivos

### UNIDAD 5. GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES

CONTENIDOS	OBJETIVOS UD	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>5.6. Atención al cliente</p> <p>5.7. Formas de atención al cliente</p> <p>5.8. Manual de calidad y protocolos de actuación</p> <p>5.9. Sistemas de navegación</p> <p>5.10. Medidas de control</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Describir</b> la funciones del servicio posventa.</li> <li>• <b>Valorar</b> la importancia de una entrega de pedidos correcta.</li> <li>• <b>Identificar</b> las formas de atención al cliente.</li> <li>• <b>Gestionar</b> sistemas de calidad y protocolos de actuación.</li> <li>• <b>Conocer</b> las diferentes aplicaciones de seguimiento de mercancías.</li> <li>• <b>Definir</b> y aplicar las medidas de control en el servicio de</li> </ul>	<p>i) Se han aplicado técnicas de comunicación en la relación con los clientes.</p> <p>j) Se ha valorado la importancia de la calidad en la prestación del servicio para la empresa y el usuario.</p> <p>k) Se han identificado los factores que influyen en la valoración del servicio prestado al cliente y/o usuario.</p> <p>l) Se han establecido los criterios e</p>	<p>RA 5. Caracteriza las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de acuerdo a criterios de calidad haciendo el seguimiento de las operaciones de transporte.</p>

	atención al cliente.	<p>indicadores relevantes para la prestación de un servicio de calidad en el transporte.</p> <p>m) Se han seguido los protocolos establecidos para la realización del seguimiento de la prestación del servicio.</p> <p>n) Se han detectado las incidencias producidas en la prestación del servicio de transporte de mercancías y/o viajeros.</p> <p>o) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</p> <p>p) Se han utilizado sistemas de información y comunicación en la relación con el cliente.</p>	
--	----------------------	---	--

**Temporalización:** 17 períodos lectivos

**UNIDAD 6. RESOLUCIÓN DE LAS RECLAMACIONES E INCIDENCIAS CON LOS CLIENTES Y USUARIOS DEL SERVICIO DE TRANSPORTE**

CONTENIDOS	OBJETIVOS UD	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>6.8. Departamento de atención al cliente</p> <p>6.9. Funciones del departamento de atención al cliente</p> <p>6.10. Reclamaciones, quejas y sugerencias</p> <p>6.11. Procedimiento para tramitar las reclamaciones</p> <p>6.12. Juntas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Delimitar</b> las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</li> <li>• <b>Interpretar</b> la comunicación recibida por parte del cliente.</li> <li>• <b>Distinguir</b> los elementos de reclamación, queja y sugerencia.</li> <li>• <b>Identificar</b> las</li> </ul>	<p>i) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>j) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</p> <p>k) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.</p> <p>l) Se han aplicado</p>	<p>RA 6. Resuelve las reclamaciones e incidencias con los clientes y usuarios del servicio de transporte respetando la normativa vigente y la responsabilidad de las partes.</p>

<p>arbitrales del transporte</p> <p>6.13. Derechos básicos de los consumidores y/o usuarios</p> <p>6.14. Instituciones y organismos de protección al consumidor</p>	<p>fases del proceso de reclamaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Localizar</b> la información que hay que suministrar al cliente.</li> <li>• <b>Utilizar</b> los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones, empleando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</li> <li>• <b>Reconocer</b> la importancia de la protección del consumidor.</li> <li>• <b>Aplicar</b> la normativa en materia de consumo para la resolución de la queja o reclamación.</li> </ul>	<p>las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/ reclamaciones.</p> <p>m) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.</p> <p>n) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones, utilizando en su caso medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>o) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>p) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo para la resolución de la queja o reclamación.</p>	
<p><b>Temporalización:</b> 20 períodos lectivos</p>			

### 3. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS

El módulo tiene asignada una carga horaria de **132 horas** repartidas en **cuatro periodos lectivos semanales**, por lo que la impartición de las diferentes unidades de trabajo quedará secuenciada de la siguiente forma:

1ª EVALUACIÓN:	HORAS
U.T. 0. Presentación del módulo CTL	2

U.T. 1. Análisis del mercado de servicios de transporte	20
U.T. 2. Promoción del servicio de transporte	24
U.T. 3. Planificación del proceso de venta del servicio de transporte (1ª PARTE)	6
<b>2ª EVALUACIÓN:</b>	<b>HORAS</b>
U.T. 3. Planificación del proceso de venta del servicio de transporte (2ª PARTE)	20
U.T. 4. Negociación del servicio de transporte	23
U.T. 5. Caracterización de las relaciones con clientes y usuarios: la comunicación (1ª PARTE)	6
<b>3ª EVALUACIÓN:</b>	<b>HORAS</b>
U.T. 5. Caracterización de las relaciones con clientes y usuarios: la comunicación (2ª PARTE)	11
U.T. 7. Definición y gestión de las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de transporte	20

#### 4. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

En relación con los procesos de aprendizaje, las características que debe reunir la evaluación en la Formación Profesional son:

- La evaluación del proceso de aprendizaje de los alumnos debe ser **continua** y en este sentido se puede diferenciar entre una evaluación inicial, una evaluación continua y una evaluación final o sumativa.
- La evaluación debe ser **integradora**, referida al conjunto de las capacidades expresadas en los objetivos generales del ciclo así como a los criterios de evaluación.
- La evaluación debe perseguir una finalidad **formativa**, se evalúa fundamentalmente para mejorar los resultados del proceso de enseñanza aprendizaje.



Para aprobar el módulo es imprescindible tener superadas todas las evaluaciones que se programen para el curso.

Se calificará a los alumnos en sesiones de evaluación una vez al final de cada trimestre, y además se realizará una evaluación inicial de carácter cualitativo. En la misma, se aportará información relevante obtenida hasta ese momento sobre el proceso de enseñanza y aprendizaje, que podrá referirse al curso en marcha o a cursos y/o etapas anteriores. Esta evaluación, no supondrá en ningún caso calificación del alumnado si bien podrá informarse a este del resultado de dicha evaluación en los términos que establece el proyecto curricular.

La evaluación formativa de los alumnos se realizará mediante el seguimiento de sus trabajos tanto dentro como fuera del aula, la entrega de las actividades propuestas por el profesor, pruebas escritas, resolución de casos prácticos, exposiciones orales y la entrega de cualquier trabajo en la fecha solicitada por el docente.

Se utilizarán los siguientes instrumentos para la evaluación del aprendizaje:

- a) **Portafolio de actividades/ tareas:** A lo largo de cada unidad de trabajo se plantearán ejercicios que deberán ser presentados en el plazo señalado, bien **individualmente o en grupo**. Conjunto de actividades, tareas, trabajos solicitados para evaluación por el docente bien durante el transcurso de la sesión o bien para su desarrollo fuera del aula dentro de un plazo concreto. Son de tipología variada, siendo los más habituales trabajos de: exposiciones/presentaciones, podcast, noticias, vídeos, prácticas, etc.
- b) **Pruebas escritas específicas:** Exámenes teórico-prácticos **de carácter individual**, que podrán incluir preguntas tipo test, preguntas abiertas, ejercicios o realización de casos de estudio sobre los contenidos del libro, así como, apuntes, trabajos u otro material señalado con relación a las unidades de trabajo que indique el docente. **Se realizarán una o dos por evaluación.**

La evaluación se realizará atendiendo a dos tipos de actuación: la evaluación continua, que se llevará a cabo a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y la evaluación sumativa, que valorará los resultados del alumno al final del período lectivo.

## 5. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La evaluación continua se realizará mediante la valoración por el profesor del proceso de aprendizaje a lo largo del curso académico y, fundamentalmente, por los resultados obtenidos en cada una de las evaluaciones correspondientes, en relación con la información ofrecida por el profesor de los contenidos programados en cada una de ellas, y de acuerdo a la media ponderada de los siguientes tipos de actuación:

a) **Portafolio de actividades/tareas.** Coeficiente de ponderación: 25%.

b) **Pruebas escritas específicas.** Coeficiente de ponderación: 75%.

La calificación final de cada evaluación tendrá una cuantificación numérica entre 1 y 10, sin decimales. Se considerarán como positivas las comprendidas entre 5 y 10 y negativas las restantes.

Consideraciones a tener en cuenta sobre redondeos en la calificación:

- ❖ Las medias no se realizarán con las notas que aparecen en el boletín sino con las medias registradas por el profesor.
- ❖ Que los redondeos a números enteros se harán de la siguiente manera:
  - De 5 a 5,64 será un 5, y de 5,65 en adelante un 6
  - De 6 a 6,64 será un 6, y de 6,65 en adelante un 7
  - De 7 a 7,64 será un 7, y de 7,65 en adelante un 8
  - De 8 a 8,64 será un 8, y de 8,65 en adelante un 9
  - De 9 a 9,7 será un 9, y de 9,71 en adelante un 10

El profesor a principios de curso informará a los alumnos acerca de los resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación de la materia, así como los requisitos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva en ella.

## 6. PLAN DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES

### Primera evaluación final ordinaria

La evaluación se realiza trimestralmente y el módulo se considera aprobado cuando el alumno/a tiene aprobadas las tres evaluaciones. La nota final del módulo será la media aritmética sin decimales de las correspondientes a cada evaluación. **Este criterio se aplicará siempre y cuando todas las evaluaciones estén aprobadas, en cualquier otro caso la nota final será negativa.**

En ese caso, el alumno/a podrá presentarse en mayo/ junio a la recuperación de **la primera evaluación final ordinaria**, donde se realizará una prueba escrita específica para aquellos que tengan alguna evaluación suspensa. Para superar cada evaluación suspensa, el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5. La calificación de la evaluación recuperable se obtendrá aplicando los siguientes porcentajes: 75% prueba específica de recuperación de la evaluación/ evaluaciones suspensas, manteniéndose la nota del portafolio de actividades/ tareas de la evaluación/ evaluaciones a recuperar que haya realizado el alumno con una ponderación del 25%.

### **Segunda evaluación final ordinaria**

De no ser superada en este momento la primera evaluación final ordinaria, en **la segunda evaluación final ordinaria** (antigua convocatoria de septiembre, ahora en junio), se examinarán de nuevo únicamente de la evaluación/ evaluaciones suspensas. Para superar la segunda prueba ordinaria el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5. La calificación de la evaluación recuperable se obtendrá aplicando los siguientes porcentajes: 80% prueba específica de recuperación de la evaluación/ evaluaciones suspensas, manteniéndose la nota del portafolio de actividades/ tareas de la evaluación/ evaluaciones a recuperar que haya realizado el alumno con una ponderación del 20%.

### **Recuperación de pendientes**

Los alumnos que promocionan a segundo curso con el módulo pendiente, se examinarán de ese módulo en el mes de febrero. La materia a evaluar será la que se impartió en el curso anterior y la prueba versará sobre los contenidos mínimos exigibles.

Para realizar el seguimiento del alumno, se elaborará un plan de recuperación con un portafolio de actividades a realizar y un calendario de entrega de los mismos.

La prueba escrita específica de recuperación puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Para superar la prueba el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

El portafolio de actividades de recuperación supondrá un 25% de la calificación del módulo, y la prueba escrita de recuperación el 75%.

Los alumnos que no superen el módulo en el mes de febrero, se les evaluará en el mes de junio, aplicando los mismos criterios de calificación de la convocatoria de febrero.

## **7. FRAUDES EN LAS PRUEBAS Y PROCESO DE EVALUACIÓN ACADÉMICA**

En caso de sorprender a algún alumno realizando prácticas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de normas sobre prácticas fraudulentas aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular del Ciclo.

## **8. PENALIZACIÓN POR EL USO DEL MÓVIL DE FORMA INADECUADA Y NO AUTORIZADA**

Asimismo, en caso de sorprender a algún alumno utilizando el teléfono móvil en un tiempo y forma inadecuado, se cumplirán al respecto con las “Normas de Organización y Funcionamiento” del IES Las Llamas durante el curso 2023-2024.

## **9. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS**

*1. Obtención de la información del mercado de servicios de transporte:*

- Marketing de los servicios.
- La calidad del servicio.
- La investigación comercial.

*2. Bases para la promoción del servicio de transporte:*

- Política de productos.
- Elementos constitutivos del precio de venta.
- Políticas de comunicación en el marketing de servicios.
- Información de la empresa en la red.

*3. Planificación del proceso de venta del servicio de transporte:*

- Planes de venta.
- El equipo de ventas.
- Sistemas de gestión y tratamiento de la información.
- Control de los procesos de venta.

*4. Programación de la negociación del servicio de transporte:*

- Bases de la comunicación.
- La comunicación en la empresa.

- Comunicación verbal y no verbal.
- La comunicación escrita.
- La comunicación comercial.
- El proceso de negociación comercial en la venta de servicios.

*5. Definición de las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de transporte:*

- Reconocimiento de necesidades de clientes/usuarios.
- Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente.
- Sistemas de gestión de la calidad.
- La calidad en la prestación del servicio de transporte.

*6. Resolución de las reclamaciones e incidencias con los clientes y usuarios del servicio de transporte:*

- La atención al cliente.
- Tratamiento de las incidencias y reclamaciones.
- Reclamaciones y denuncias. Normativa.

## **10. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS**

Se prevé el empleo de los siguientes recursos:

- **Libro de texto:** “Comercialización del transporte y la logística”. Editorial Paraninfo.
- **Materiales:** Textos legales, anuarios económicos, memorias económicas de empresas, convenios colectivos, revistas técnicas, etc...
- **TIC:** Ordenadores, Internet, proyector, Plataforma Microsoft office 365 (Teams) donde los alumnos podrán acceder a los recursos del módulo y a la entrega de los trabajos solicitados por el profesor, otro software o apps online (Canva, Kahoot, etc.).

El aula ha de permitir la disposición flexible de las mesas para facilitar el trabajo en equipo cuando sea necesario y la realización de debates colectivos. Muchas de las actividades características de esta materia

tienen una duración superior a un período lectivo. Por ello, es aconsejable disponer siempre la misma aula o espacio para facilitar la continuidad del trabajo.

Es conveniente disponer de un conjunto de materiales de referencia para la consulta y manejo por parte del alumnado. Estos materiales deben comprender informaciones reales y precisas acerca del sector profesional, la actividad económica y la organización del transporte de viajeros.

- El profesor del módulo proporcionará los instrumentos didácticos necesarios en cada tema: lecturas, presentaciones de Power Point, apuntes de apoyo al texto, cuestionarios, ejercicios prácticos, casos de estudio, etc.
- Los alumnos utilizarán un soporte digital para registrar las actividades, ejercicios y casos prácticos de informática que se realizarán durante el curso (vía Teams).
- Medios audiovisuales. Videos/DVD.
- Sala de informática. Aplicaciones e Internet.
- Recursos biblioteca (libros, revistas, internet).
- Bibliografía y Webgrafía básica recomendada.
- Otros recursos que se utilizarán serán programas online de introducción y repaso de contenidos (tipo Kahoot), así como, dinámicas (role playing, elevator pitch, gamificación) y juegos didácticos de aprendizaje con la finalidad de aprender, interiorizar y repasar la materia impartida.