

1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
15015767	Politécnico de Santiago	Santiago de Compostela	2018/2019

Ciclo formativo

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

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0309	Técnicas de comunicación e de relacións	2018/2019	2	53	53

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	FERNANDO SUÁREZ SANDOMINGO
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión equipo directivo



2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

O Currículo adáptase ao ámbito produtivo da comarca de Compostela. A cidade de Santiago e unha cidade adicada principalmente á administración, servizos e turismo. A súa comarca foi tradicionalmente agrícola e gandeira, o sector primario segue mantendo certo peso fora da cidade.

Dentro do sector servizos atópanse os concesionarios de venta de vehículos (novos e usados), os talleres multimarca e os talleres especializados. Debido a grande cantidade de concesións das distintas marcas, Santiago de Compostela foi denominada capital de Galicia dos concesionarios.

En canto a industria relacionada co sector da automoción temos a Urovesa, adicada a produción de vehículos especiais ou Carrocerías Castrosúa.

O currículo oriéntase tanto a concesionarios como a talleres de reparación de vehículos e tamén atende ás demandas da industria local relacionada dalgunha maneira co campo da automoción.

Falando de comunicación en Galicia non podemos obviar que se trata de unha comunidade con dous idiomas en situación aínda diglósica hoxe en día. Isto obríganos necesariamente a traballar cos dous idiomas en pé de igualdade. E o alumno debe adquirir as habilidades necesarias nos dous idiomas.

Por tal razón, desenvólvanse actividades obrigatorias tanto nun idioma coma noutro. En esas actividades o alumno desenrolará as actividades na lingua que se lle indique. Sen posibilidade de elección de idioma polo alumno.

Identificación

O título de técnico superior en automoción identifícase polos seguintes elementos:

Denominación: automoción.

Nivel: formación profesional de grao superior.

Duración: 2.000 horas.

Familia profesional: transporte e mantemento de vehículos.

Referente europeo: CINE - 5b (Clasificación Internacional Normalizada da Educación).

Perfil profesional do título

O perfil profesional do título de técnico superior en automoción determínase pola súa competencia xeral, polas súas competencias profesionais, persoais e sociais, así como pola relación de cualificacións e, de ser o caso, unidades de competencia do Catálogo Nacional de Cualificacións Profesionais incluídas no título.

Competencia xeral

A competencia xeral deste título consiste en organizar, programar e supervisar a execución das operacións de mantemento e a súa loxística no sector de automoción, diagnosticando avarías en casos complexos, e garantindo o cumprimento das especificacións establecidas pola normativa e polo fabricante do vehículo.

Competencias profesionais, persoais e sociais



As competencias profesionais, persoais e sociais deste título son as que se relacionan deseguido:

- a) Obter un prediagnóstico dos problemas de funcionamento dos vehículos para elaborar a orde de traballo correspondente.
- b) Realizar o diagnóstico de avarías dun vehículo, seleccionando os medios e os equipamentos necesarios, e operando con eles, consonte unha orde lóxica de operacións.
- c) Realizar taxacións e orzamentos na área de carrozaría e electromecánica.
- d) Planificar os procesos de mantemento nun taller de reparación de vehículos, con criterios de cumprimento dos métodos e dos tempos establecidos.
- e) Xestionar a área de recambios de vehículos, tendo en conta as existencias en función das variables de compra e venda.
- f) Definir as características que deben cumprir os cadros de traballo e os útiles necesarios en operacións de mantemento, para proceder ao seu deseño.
- g) Programar o mantemento de grandes flotas de vehículos para obter a máxima operatividade delas.
- h) Organizar os programas de mantemento das instalacións e dos equipamentos que compoñen o taller de reparación de vehículos no sector da automoción.
- i) Administrar e xestionar un taller de mantemento de vehículos, cumprindo as obrigas legais.
- j) Xestionar a limpeza e a orde no lugar de traballo conforme os requisitos de saúde laboral e de impacto ambiental.
- k) Efectuar consultas á persoa adecuada, respectar a autonomía do persoal subordinado e informar cando sexa conveniente.
- l) Manter o espírito de innovación e actualización no ámbito do traballo propio, para se adaptar aos cambios tecnolóxicos e organizativos do contorno profesional.
- m) Liderar situacións colectivas que se poidan producir, mediar en conflitos persoais e laborais, e contribuír ao establecemento dun ambiente de traballo agradable, actuando con sinceridade, respecto e tolerancia.
- n) Adaptarse a diferentes postos de traballo e a novas situacións laborais, orixinados por cambios tecnolóxicos e organizativos.
- o) Resolver problemas e tomar decisións individuais, consonte as normas e os procedementos establecidos, definidos dentro do ámbito da súa competencia.
- p) Exercer os dereitos e cumprir as obrigas que se derivan das relacións laborais, de acordo co establecido na lexislación.
- q) Xestionar a propia carreira profesional, analizando as oportunidades de emprego, de autoemprego e de aprendizaxe.
- r) Participar na vida económica, social e cultural con actitude crítica e responsable.

Relación de cualificacións e unidades de competencia do Catálogo Nacional de Cualificacións Profesionais incluídas no título

Cualificacións profesionais completas incluídas no título:

- a) Planificación e control da área de carrozaría, TMV049_3 (Real decreto 295/2004, do 20 de febreiro) que abrangue as seguintes unidades de competencia:
 - UCO134_3: Planificar os procesos de reparación de elementos amovibles e fixos non estruturais, e controlar a súa execución.
 - UCO135_3: Planificar os procesos de reparación de estruturas de vehículos, e controlar a súa execución.
 - UCO136_3: Planificar os procesos de protección, preparación e embelecemento de superficies, e controlar a súa execución.
 - UCO137_3: Xestionar o mantemento de vehículos e a loxística asociada, atendendo a criterios de eficacia, seguridade e calidade.
- b) Planificación e control da área de electromecánica, TMV050_3 (Real decreto 295/2004, do 20 de febreiro) que abrangue as seguintes unidades de competencia:
 - UCO138_3: Planificar os procesos de reparación dos sistemas eléctricos, electrónicos, de seguridade e de confortabilidade, e controlar a súa execución.
 - UCO139_3: Planificar os procesos de reparación dos sistemas de transmisión de forzas e trens de rodaxe, e controlar a súa execución.
 - UCO140_3: Planificar os procesos de reparación dos motores térmicos e os seus sistemas auxiliares, e controlar a súa execución.
 - UCO137_3: Xestionar o mantemento de vehículos e a loxística asociada, atendendo a criterios de eficacia, seguridade e calidade.

Contorno profesional



1. Esta figura profesional exerce a súa actividade no sector de construción e mantemento de vehículos, nos subsectores de automóbiles, vehículos pesados, tractores, maquinaria agrícola, de industrias extractivas, de construción e de obras públicas.

Compañías de seguros.

Empresas fabricantes de vehículos e compoñentes.

Empresas dedicadas á inspección técnica de vehículos.

Laboratorios de ensaios de conxuntos e subconxuntos de vehículos.

Empresas dedicadas á fabricación, a venda e a comercialización de equipamentos de comprobación, diagnose e recambios de vehículos.

Empresas de flotas de alugamento de vehículos, servizos públicos, e transporte de pasaxeiros e de mercadorías.

2. As ocupacións e os postos de traballo máis salientables son os seguintes:

Xefe/a da área de electromecánica. Recepcionista de vehículos.

Xefe/a de taller de vehículos de motor. Encargado/a de ITV.

Perito/a taxador/ora de vehículos.

Xefe/a de servizo.

Encargado/a da área de recambios.

Encargado/a da área comercial de equipamentos relacionados cos vehículos.

Xefe/a da área de carrozaría: chapa e pintura.

Artigo 8. Prospectiva do título no sector ou nos sectores

1. O sector produtivo na área de electromecánica sinala unha evolución na actividade cara á aplicación de novas tecnoloxías en detección, diagnose e reparación de avarías, a aparición de novos motores (tanto eléctricos como híbridos), onde os dispositivos de cambio de velocidade serán substituídos por variadores de velocidade, e a utilización de novos combustibles no derivados do petróleo.

2. Na área de carrozaría, prevese a aparición de novas técnicas motivadas polo uso de novos materiais para estruturas, novos sistemas de unión de compoñentes, novas máquinas e novos útiles.

3. A evolución nas normas de seguridade activa e pasiva dos vehículos ha dar lugar a un aumento nos niveis de calidade esixidos no mantemento, determinando unha actividade máis rigorosa para o seu control, baseada na comprensión e na aplicación axeitada das normas de calidade específica.

4. No aspecto organizativo prevense cambios nas estratexias e nos procedementos que cumpra aplicar, en función dos novos produtos concibidos baixo o concepto de prevención do mantemento: o mantemento preventivo e predictivo tenden a aumentar, e o correctivo tende á substitución de conxuntos, de grupos e de compoñentes. Todo isto leva consigo unhas esixencias maiores en loxística de apoio, tanto do mantemento preventivo e predictivo, como do correctivo.

5. No aspecto económico prevense investimentos nas empresas, debido basicamente a que o sector se tecnifica á medida que o parque de vehículos se moderniza, e tamén polas esixencias cada vez maiores en loxística de apoio ao mantemento.

6. O desenvolvemento dos plans de seguridade nos talleres coa aplicación da normativa de seguridade, prevención e protección ambiental, así como a súa adaptación ao tratamento e á xestión de residuos e axentes contaminantes, han implicar unha maior esixencia na súa aplicación e no seu cumprimento.

Competencia específica

Levar a xestión dun taller de automoción, tendo en conta a atención que débese amosar hacia os clientes e a atención das posibles reclamacións ou suxerencias efectuadas por eles, e a idiosincrasia da empresa e os seus empregados.





3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	Formación en empresa.	Formación curricular que se adquirirá na empresa.	16	15
2	A COMUNICACIÓN	O alumno coñecerá que o uso da comunicación se considera algo básico para a convivencia e ás veces ata imprescindible para coexistencia, xa que o ser humano vive en relación cos seus semellantes, é dicir, se <u>comunica co resto de individuos que o rodean</u>	12	22
3	ATENCIÓN AO CLIENTE	Descríbese o sistema de atención ao cliente, e explícase que é un dos conceptos máis relevantes e importantes para toda empresa, polo que debe telo en conta para o seu negocio, e poder así, prosperar ao longo dos anos. Está claro que abrirse un oco no mercado, establecerse e consolidarse depende de moitos <u>factores</u>	13	21
4	TRANSMISIÓN DA IMAXE DA EMPRESA	Ao principio desta unidade defínese o obxectivo dunha sociedade como a nosa, tan vinculada ao consumo, polo que resulta vital facerse notar e diferenciarse da competencia para poder prosperar e ter éxito como empresa. Existen multitudes de conceptos sinxelos que nos describen o que e o como dos complicados <u>procesos mercantís</u>	4	21
5	FEEDBACK COS CLIENTES E CONTROL DE CALIDADE	Analízase e estúdase a retroacción ou realimentación, é un concepto xa estudado dentro do ámbito da comunicación e as súas fases, pero o seu significado é moito máis amplo que o simple sinal de corroboración ou comprobación de que unha información chegou correctamente ao seu destino mercantil	8	21

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Formación en empresa.	16

4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Aplica técnicas de comunicación, e analiza as súas características e as súas posibilidades.	NO
RA2 - Atende a potencial clientela, tendo en conta a relación entre as súas necesidades e as características do servizo ou do produto.	NO
RA3 - Transmite a imaxe de negocio en relación coas características e cos obxectivos da empresa.	NO
RA4 - Xestiona queixas, reclamacións e suxestións, analiza o problema e identifica a lexislación aplicable.	NO
RA5 - Controla a calidade do servizo prestado mediante a análise do grao de satisfacción da clientela.	NO

4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse as técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións.
CA1.2 Descríbense as características, as vantaxes e os inconvenientes das canles de comunicación.
CA1.3 Defínense os parámetros que caracterizan a atención adecuada en función da canle de comunicación utilizada.
CA1.4 Descríbense as técnicas de comunicación máis utilizadas segundo as canles de comunicación.
CA1.5 Identifícanse os erros máis habituais na comunicación.
CA1.8 Valorouse a importancia da actitude e da imaxe persoal.
CA1.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA2.3 Clasifícanse e caracterízanse as etapas dun proceso de comunicación.
CA2.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA3.2 Definiuse o concepto de imaxe da empresa.
CA3.3 Relaciónáronse os protocolos de funcionamento cos obxectivos e coas características do servizo.
CA3.7 Valorouse a importancia da imaxe corporativa para transmitir os obxectivos da empresa.
CA3.8 Aplicáronse as normas de seguridade, confidencialidade e discreción que se deben respectar nas comunicacións.
CA3.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA4.1 Defínense os conceptos formais e non formais de queixas, reclamacións e suxestións.
CA4.3 Xerarquizaráronse en función do tipo de organización as canles de presentación de reclamacións.



Criterios de avaliación
CA4.4 Establecéronse as fases para seguir na xestión de queixas e reclamacións no seu ámbito de competencia.
CA4.6 Valorouse a importancia das queixas, reclamacións e suxestións como elemento de mellora continua.
CA4.7 Definíronse as actitudes e o protocolo fronte as reclamacións.
CA4.9 Valorouse a importancia dunha actitude proactiva para se anticipar ás incidencias no proceso.
CA4.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA5.3 Identificáronse os factores que inflúen na calidade de prestación do servizo.
CA5.7 Descríbonse os métodos de avaliación da eficiencia na prestación do servizo.
CA5.10 Transmitíronse ao departamento correspondente os defectos detectados no produto ou no servizo para mellorar a súa calidade.
CA5.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.

4.1.e) Contidos

Contidos
<p>Obxectivos da comunicación.</p> <p>Intercambio de información.</p> <p>Reunións e entrevistas.</p> <p>Influencia da tipoloxía das persoas na elección da canle de comunicación.</p> <p>Tipos de comunicación.</p> <p>Proceso de comunicación: etapas</p> <p>Sistemas de organización das empresas: organigramas.</p> <p>Procedementos de obtención e recollida de información.</p> <p>Procedementos transmisión de información dentro da empresa.</p> <p>Queixas, reclamacións e suxestións.</p> <p>Elementos de recollida de queixas, reclamacións e suxestións.</p> <p>Fases da xestión de queixas e reclamacións.</p> <p>Normativa relacionada con reclamacións.</p> <p>Características do servizo: factores de calidade.</p> <p>A garantía como elemento de calidade.</p> <p>Documentos e cuestionarios para medir o grao de satisfacción.</p> <p>Procedementos de control do servizo: parámetros e técnicas de control.</p> <p>Calidade e mellora continua.</p> <p>Avaliación do servizo: métodos e indicadores.</p>



Contidos

Métodos de mellora da calidade do servizo.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	A COMUNICACIÓN	12

4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Aplica técnicas de comunicación, e analiza as súas características e as súas posibilidades.	NO
RA2 - Atende a potencial clientela, tendo en conta a relación entre as súas necesidades e as características do servizo ou do produto.	NO

4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse as técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións.
CA1.2 Descríbense as características, as vantaxes e os inconvenientes das canles de comunicación.
CA1.4 Descríbense as técnicas de comunicación máis utilizadas segundo as canles de comunicación.
CA1.5 Identifícanse os erros máis habituais na comunicación.
CA1.6 Defínense os parámetros para controlar a claridade e a precisión na transmisión e na recepción da información.
CA1.7 Valorouse a importancia da linguaxe non verbal na comunicación presencial.
CA1.10 Identifícanse os elementos fundamentais na comunicación oral.
CA1.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA2.3 Clasifícanse e caracterízanse as etapas dun proceso de comunicación.

4.2.e) Contidos

Contidos
Obxectivos da comunicación.
Modelo de comunicación interpersonal: barreiras e dificultades. Comunicación non verbal e imaxe persoal.
Intercambio de información.
Reunións e entrevistas.
Influencia da tipoloxía das persoas na elección da canle de comunicación.
Tipos de comunicación.
Proceso de comunicación: etapas
Redes de comunicación, canles e medios: vantaxes e inconvenientes.
Obstáculos na comunicación.
Comunicación xeradora de comportamentos: papeis dos suxeitos.



Contidos

Receptividade e empatía.

Actitudes e técnicas da comunicación oral.

Pautas de conduta: a escoita e as preguntas.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	ATENCIÓN AO CLIENTE	13

4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Aplica técnicas de comunicación, e analiza as súas características e as súas posibilidades.	NO
RA2 - Atende a potencial clientela, tendo en conta a relación entre as súas necesidades e as características do servizo ou do produto.	SI
RA4 - Xestiona queixas, reclamacións e suxestións, analiza o problema e identifica a lexislación aplicable.	NO
RA5 - Controla a calidade do servizo prestado mediante a análise do grao de satisfacción da clientela.	NO

4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.3 Definíronse os parámetros que caracterizan a atención adecuada en función da canle de comunicación utilizada.
CA1.8 Valorouse a importancia da actitude e da imaxe persoal.
CA1.9 Adaptáronse a actitude e o discurso á situación de partida.
CA1.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA2.1 Identificáronse os obxectivos dunha correcta atención á clientela.
CA2.2 Caracterizáronse os tipos de clientes.
CA2.3 Clasificáronse e caracterizáronse as etapas dun proceso de comunicación.
CA2.4 Analizouse, de ser o caso, a información histórica da clientela.
CA2.5 Interpretouse o comportamento da clientela.
CA2.6 Identificáronse as motivacións de compra ou demanda dun servizo por parte da clientela.
CA2.7 Procedeuse cunha forma e unha actitude adecuadas na atención e no asesoramento á clientela, en función da canle de comunicación utilizada.
CA2.8 Valoráronse as interferencias que dificultan a comunicación coa clientela.
CA2.9 Descríbironse as actitudes positivas cara á clientela no acollemento e na despedida.
CA2.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA4.1 Definíronse os conceptos formais e non formais de queixas, reclamacións e suxestións.
CA4.4 Establecéronse as fases para seguir na xestión de queixas e reclamacións no seu ámbito de competencia.
CA4.7 Definíronse as actitudes e o protocolo fronte as reclamacións.
CA4.8 Definíronse os puntos clave que debe conter un manual corporativo de atención á clientela e xestión de queixas e reclamacións.



Criterios de avaliación
CA4.9 Valorouse a importancia dunha actitude proactiva para se anticipar ás incidencias no proceso.
CA4.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA5.1 Descríbóronse as incidencias comúns nos procesos de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.
CA5.5 Relacionouse a calidade de servizo coa fidelización da clientela.
CA5.7 Descríbóronse os métodos de avaliación da eficiencia na prestación do servizo.
CA5.8 Propuxéronse medidas de resolución ante problemas tipo de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.

4.3.e) Contidos

Contidos
Intercambio de información.
Influencia da tipoloxía das persoas na elección da canle de comunicación.
Receptividade e empatía.
Pautas de conduta: a escoita e as preguntas.
Tipoloxía de clientes.
Manipulación da percepción.
Técnicas de calidade na comunicación telefónica.
Dicción e redacción escrita.
Normas de comportamento para unha correcta atención: trato, corrección, educación, rapidez, profesionalidade e responsabilidade.
Características da comunicación coa clientela: cordialidade, capacidade de escoita, análise das súas necesidades e expectativas, etc.
Concepto de cliente: identificación de clientela externa e interna.
Motivacións da clientela: actitudes e comportamentos.
Tratamento e normas de cortesía.
Técnicas de estratexia da relación e do estilo comunicativo
Voz, linguaxe, silencio, acenos, etc.
Técnicas de obtención de información complementaria.
Verificación da comprensión da mensaxe e do grao de satisfacción.
Métodos para avaliar a atención á clientela.
Empatía.
Comunicación telefónica
Comunicación escrita
Información facilitada á clientela.
Actuacións fronte ás reclamacións: técnicas de resposta a obxeccións da clientela.



Contidos
A garantía como elemento de calidade.
Relación entre a calidade de servizo e a fidelización.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	TRANSMISIÓN DA IMAXE DA EMPRESA	4

4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Transmite a imaxe de negocio en relación coas características e cos obxectivos da empresa.	SI

4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Identifícanse as ferramentas e os elementos básicos de márketing.
CA3.2 Defínese o concepto de imaxe da empresa.
CA3.3 Relaciónanse os protocolos de funcionamento cos obxectivos e coas características do servizo.
CA3.4 Identifícanse as formulas de cortesía e de tratamento protocolario.
CA3.5 Valorouse a necesidade de transmitir unha información diversa e precisa.
CA3.6 Descríbense os elementos fundamentais para transmitir na comunicación telefónica a imaxe adecuada da empresa.
CA3.7 Valorouse a importancia da imaxe corporativa para transmitir os obxectivos da empresa.
CA3.8 Aplicáronse as normas de seguridade, confidencialidade e discreción que se deben respectar nas comunicacións.
CA3.9 Descríbense as técnicas para proporcionar unha información exacta e adecuada.
CA3.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.

4.4.e) Contidos

Contidos
Márketing na actividade económica: a súa influencia na imaxe da empresa.
Publicidade: pautas e mensaxe.
Sistemas de organización das empresas: organigramas.
Establecemento de canles presenciais e non presenciais de comunicación coa clientela.
Procedementos de obtención e recollida de información.
Imaxe corporativa: puntos fortes, detección de puntos débiles, e información para transmitir.
Procedementos transmisión de información dentro da empresa.



4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	FEEDBACK COS CLIENTES E CONTROL DE CALIDADE	8

4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Atende a potencial clientela, tendo en conta a relación entre as súas necesidades e as características do servizo ou do produto.	NO
RA4 - Xestiona queixas, reclamacións e suxestións, analiza o problema e identifica a lexislación aplicable.	SI
RA5 - Controla a calidade do servizo prestado mediante a análise do grao de satisfacción da clientela.	SI

4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Identifícaronse os obxectivos dunha correcta atención á clientela.
CA2.2 Caracterizáronse os tipos de clientes.
CA2.6 Identifícaronse as motivacións de compra ou demanda dun servizo por parte da clientela.
CA2.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA4.1 Definíronse os conceptos formais e non formais de queixas, reclamacións e suxestións.
CA4.2 Recoñecéronse os principais motivos de queixas de clientes nas empresas de mantemento de vehículos.
CA4.3 Xerarquizaronse en función do tipo de organización as canles de presentación de reclamacións.
CA4.4 Establecéronse as fases para seguir na xestión de queixas e reclamacións no seu ámbito de competencia.
CA4.5 Aplicouse a normativa no proceso de resolución de reclamacións de clientes.
CA4.6 Valorouse a importancia das queixas, reclamacións e suxestións como elemento de mellora continua.
CA4.7 Definíronse as actitudes e o protocolo fronte as reclamacións.
CA4.8 Definíronse os puntos clave que debe conter un manual corporativo de atención á clientela e xestión de queixas e reclamacións.
CA4.9 Valorouse a importancia dunha actitude proactiva para se anticipar ás incidencias no proceso.
CA4.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA5.1 Descríbense as incidencias comúns nos procesos de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.
CA5.2 Defínese o concepto de calidade e as súas implicacións na atención á clientela.
CA5.3 Identifícaronse os factores que inflúen na calidade de prestación do servizo.
CA5.4 Obtívose información de clientes para coñecer as súas necesidades e as súas demandas.



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

4.5.e) Contidos

Contidos
Motivacións da clientela: actitudes e comportamentos.
Tratamento e normas de cortesía.
Técnicas de captación da persoa interlocutora.
Técnicas de estratexia da relación e do estilo comunicativo
Técnicas de obtención de información complementaria.
Verificación da comprensión da mensaxe e do grao de satisfacción.
Empatía.
Queixas, reclamacións e suxestións.
Principais motivos de queixas de clientes en empresas de mantemento de vehículos.
Información facilitada á clientela.
Elementos de recollida de queixas, reclamacións e suxestións.
Actuacións fronte ás reclamacións: técnicas de resposta a obxeccións da clientela.
Fases da xestión de queixas e reclamacións.
Normativa relacionada con reclamacións.
Asesoramento e técnicas de resposta ás obxeccións da clientela.
Características do servizo: factores de calidade.
A garantía como elemento de calidade.
Relación entre a calidade de servizo e a fidelización.
Documentos e cuestionarios para medir o grao de satisfacción.
Procedementos de control do servizo: parámetros e técnicas de control.
Calidade e mellora continua.



Contidos
Avaliación do servizo: métodos e indicadores.
Métodos de mellora da calidade do servizo.



5. Mínimos exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

En cada avaliación entrarán 2 U.D.

Durante a avaliación se efectuarán diversos traballos, ben en grupo ou ben individuais, según as actividades deseñadas para cada U.D. Ademais, ao rematar a avaliación realizarase un exame escrito de tódala materia desenvolvida na avaliación.

Segundo o anterior, na nota final de cada avaliación se terá en conta as notas obtidas nos traballos en grupo o individuais ademais de ter en conta comportamento, cuidado do material e traballos realizados (50%).

A nota alcanzada na proba escrita (50%).

Entrambas faráse una media, de tal forma que aquel alumnos que acade 5 terá aprobada dita avaliación.

Non haberá exames de recuperación das avaliacións suspensas.

Para aprobar o módulo por avaliacións, o alumno deberá ter superadas ámbalas dúas.

Se só ten unha aprobada, a media deberá acadar un 5, tendo en conta que para poder facela deberá ter na suspenso un mínimo de 4.

O alumno que suspenda as dúas ou aquel que non aprobe según o criterio anterior, terá que facer un exame final correspondente a todo o currículo do módulo.

Os contidos mínimos esixibles para acadar a avaliación positiva son os que se detallan a continuación:

Identifícaronse as técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións.

Descríbense as características, as vantaxes e os inconvenientes das canles de comunicación.

Definíronse os parámetros que caracterizan a atención adecuada en función da canle de comunicación utilizada.

Descríbense as técnicas de comunicación máis utilizadas segundo as canles de comunicación.

Identifícaronse os erros máis habituais na comunicación.

Definíronse os parámetros para controlar a claridade e a precisión na transmisión e na recepción da información.

Valorouse a importancia da linguaxe non verbal na comunicación presencial.

Valorouse a importancia da actitude e da imaxe persoal.

Identifícaronse os elementos fundamentais na comunicación oral.

Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.

Identifícaronse os obxectivos dunha correcta atención á clientela.

Caracterizáronse os tipos de clientes.

Clasificáronse e caracterizáronse as etapas dun proceso de comunicación.

Interpretouse o comportamento da clientela.

Identifícaronse as motivacións de compra ou demanda dun servizo por parte da clientela.

Procedeuse cunha forma e unha actitude adecuadas na atención e no asesoramento á clientela, en función da canle de comunicación utilizada.

Valoráronse as interferencias que dificultan a comunicación coa clientela.

Descríbironse as actitudes positivas cara á clientela no acollemento e na despedida.

Identificáronse as ferramentas e os elementos básicos de márketing.

Definiuse o concepto de imaxe da empresa.

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

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

Descríbironse as técnicas para proporcionar unha información exacta e adecuada.

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

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

Xerarquizáronse en función do tipo de organización as canles de presentación de reclamacións.

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

Definíronse as actitudes e o protocolo fronte as reclamacións.

Descríbironse as incidencias comúns nos procesos de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.

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

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

Relacionouse a calidade de servizo coa fidelización da clientela.

Analizáronse as características do servizo prestado en comparación coas necesidades da clientela.

Propuxéronse medidas de resolución ante problemas tipo de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.

Presentáronse conclusións a través de informes acerca da satisfacción da clientela, e achegáronse medidas que poidan mellorar a calidade do servizo.

Transmitíronselle ao departamento correspondente os defectos detectados no produto ou no servizo para mellorar a súa calidade.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

No caso de que haxa alumnado que teña que recuperar este módulo, terá que levar a cabo unha serie de exercicios, tanto prácticos como teóricos, coa finalidade de que poida acadar os coñecementos e os procedementos mínimos esixibles establecidos nesta programación.

As actividades de carácter teórico que poderán ser realizadas de forma autónoma polo alumnado e sempre baixo a supervisión e o apoio do profesorado, serán as seguintes:

- Traballos escritos sobre as unidades non superadas.
- Exames escritos que inclúan preguntas de desenvolvemento, tipo test e cálculos das unidades non superadas.

As actividades de carácter práctico que se levarán a cabo nos talleres, serán as seguintes:

- Probas prácticas similares as realizadas durante o desenvolvemento das diferentes unidades ao longo do curso.

6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua

Aquel alumnado que acade un número de faltas de asistencia igual ou superior ao 10% da duración total do módulo (5 horas) perderá o dereito a ser avaliado en cada trimestre e terá que facer unha proba extraordinaria antes da terceira avaliación, para superar este módulo.

Nesta proba, o alumnado terá que demostrar que posúe os coñecementos mínimos esixibles de cada un dos bloques de contidos desta programación.

Esta proba constará de dúas partes:

¿ 1ª parte: proba teórica que versará sobre os contidos de cada unha das unidades formativas do currículo do módulo

¿ 2ª parte: proba práctica na que se levará a cabo como mínimo unha das prácticas realizadas polo alumnado en cada trimestre

Aquel alumnado que non supere a primeira parte da proba, non poderá realizar a segunda parte.

7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente

Dacordo os modelos establecidos polo Departamento de Calidade

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Ao principio de curso, unha vez pechado o prazo de matrícula, o equipo docente celebraremos unha xuntanza de avaliación inicial para coñecer as características e a formación previa de cada alumno/a. Nesta avaliación o titor dará toda a información dispoñible sobre as características xerais do grupo.

En base a toda esta información tomaranse os acordos pertinentes, especialmente aqueles que teñan que ver con aspectos de flexibilización modular na duración das ensinanzas.

Farase algún tipo de proba escrita donde se lle pedirá o alumno coñecementos básicos relativos o módulo:

- Cálculos matemáticos
- Coñecementos de Debuxo
- Interpretación de planos e esquemas
- Ferramentas do taller básicas
- Coñecementos sobre Física
- Lectura e comprensión, etc

8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados

O tratamento á diversidade recóllese de diferentes formas:

1. A mellor estratexia para a integración do alumnado con necesidades educativas especiais ou con determinados problemas de aprendizaxe, é implicalos nas mesmas tarefas que ó resto do grupo, con distintos problemas de apoio e esixencia.
2. O tratamento debe ofrecer a posibilidade de retomar un contido non asimilado nun momento posterior de traballo, co cal evitamos a paralización do proceso de aprendizaxe do alumnado, con exercicios repetitivos que adoitan incidir negativamente no nivel de motivación.
3. As actividades propostas, permitirán atender ás demandas de carácter máis profundo por parte de aqueles alumnos con niveis de partida máis avanzados ou cun interese maior sobre o tema estudado.
4. As actividades prácticas son todas susceptibles de traballarse desde distintos niveis, ofrecendo en cada ocasión unha posibilidade de desenvolvemento en función do nivel de partida.



Para rematar, a formación de grupos para a realización das actividades prácticas fomentará as relacións sociais entre o alumnado e a formación ou asentamento dunha maior cultura social e cívica.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

O profesor ademais de instructor e transmisor de coñecementos técnicos é educador; e debe colaborar na formación integral do alumno. Os posibles temas transversais son:

- a) Educación moral e cívica: Fomento de actitudes de respecto cara os demais; fomento de actividades de traballo en equipo.
- b) Educación para a paz: Buscarase favorecer a colaboración entre os alumnos, o respecto polas opinións, ideas, solucións e modos de traballo distintos dos propios.
- c) Educación para a igualdade entre sexos: Fomentarase o trato non discriminatorio; particularmente nas actividades desenvolvidas no taller.
- d) Educación ambiental: Esta materia esta incluída implicitamente na programación. Intentase comprender a interacción das actividades propias dos módulos e as súas repercusión sobre o medio ambiente.
- e) Educación para a saúde: Deberase asumir como algo que debe formar parte de tódolos contidos do módulo; fomentando o coñecemento, hábitos e medidas de precaución e seguridade tanto persoais como de uso.
- f) Educación do consumidor: Intentarase capacitar ó alumno para que sexa capaz de desenrolar unha actitude de análise e sentido crítico cara a sociedade de consumo.
- g) Educación vial: Promoverase o análise crítico en certas formas de actitude e comportamento que contraveñan as normas de circulación.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

As actividades complementarias son aquelas que se realizan co alumnado en horario lectivo e que teñen carácter diferenciado polo momento, espazo ou recursos que utilizan.

As actividades extraescolares son aquelas que, sendo organizadas polo centro e figurando na programación xeral anual, aprobada polo Consello Social, se realizan fóra do horario lectivo e nas que a participación do alumnado é voluntaria.

Consideramos que as actividades complementarias e extraescolares son outro dos baremos que mide a calidade educativa, polo que debemos fomentalas e procurar unha participación importante do alumnado nas mesmas.

As visitas técnicas deben de estar conectadas coas actividades de ensino-aprendizaxe desenvolvidas no centro educativo, co fin de fomentar a relación co contorno productivo e actuar como reforzo dun conxunto coherente de tarefas realizadas na aula, por iso, en calquera caso, estas visitas deben de ter obxectivos concretos e programados e deben organizarse dun xeito que non impliquen unha ruptura co proceso xeral de ensino-aprendizaxe do ciclo.

A visita técnica debe procurar un achegamento á realidade profesional á que está vinculada a competencia profesional do título, por iso, contemplaremos nas actividades varias visitas a empresas relacionadas co sector do automóbil e se coincidise con alguna feira do sector, tamén se podería intentar asistir a ela.