



1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
15021469	CIFP Leixa	Ferrol	2025/2026

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
ARG	Artes gráficas	CSARG02	Deseño e edición de publicacións impresas e multimedia	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1480	Comercialización de produtos gráficos e atención á clientela	2025/2026	0	80	0
MP1480_22	Xestión de vendas de produtos gráficos	2025/2026	0	50	0
MP1480_12	Márketing dos produtos gráficos	2025/2026	0	30	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	CELIA MARÍA LÓPEZ SOTO,SARA CALVETE LORENZO (Subst.)
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión equipo directivo



2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP1480_22) RA1 - Organiza o servizo de atención á clientela da empresa gráfica, tendo en conta a relación entre as súas necesidades e as características do produto ou servizo
(MP1480_12) RA1 - Aplica técnicas de comunicación e identifica as súas características e a adecuación ao proceso de comunicación da empresa gráfica
(MP1480_22) RA2 - Xestiona o servizo gráfico e de vendas de produtos, para o que elabora e aplica programas e técnicas de venda establecidos pola empresa
(MP1480_12) RA2 - Elabora o plan de márketing aplicando estratexias centradas no desenvolvemento, no prezo, na distribución e na promoción do produto ou servizo gráfico
(MP1480_22) RA3 - Xestiona as queixas e reclamacións da empresa gráfica e analiza o problema, aplicando a normativa vixente
(MP1480_22) RA4 - Desenvolve o servizo posventa da empresa gráfica, aplicando as ferramentas de xestión adecuadas que garantan a fidelización da clientela e a mellora continua da calidade

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

Criterios de avaliación do currículo
(MP1480_22) CA1.1 Describíronse as funcións do departamento de atención á clientela da empresa
(MP1480_12) CA1.1 Determináronse os elementos e as etapas dun proceso de comunicación
(MP1480_22) CA1.2 Determináronse os obxectivos dunha correcta atención á clientela
(MP1480_12) CA1.2 Identificáronse as técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións
(MP1480_22) CA1.3 Describíronse as fases do proceso de atención á clientela a través de diferentes canles de comunicación
(MP1480_12) CA1.3 Definíronse as características das canles de comunicación da empresa



Criterios de avaliación do currículo
(MP1480_22) CA1.4 Descríbense os factores de comportamento na clientela e a mellor forma de se adecuar ás súas necesidades
(MP1480_12) CA1.4 Aplicáronse as técnicas de comunicación presenciais e non presenciais máis adecuadas
(MP1480_22) CA1.5 Aplicáronse a forma e a actitude adecuadas no proceso de atención á clientela
(MP1480_12) CA1.5 Aplicouse o protocolo de comunicación verbal e non verbal nas comunicacións presenciais e non presenciais
(MP1480_22) CA1.6 Analizáronse e solucionáronse os erros e as interferencias máis habituais que se cometen na comunicación coa clientela ou as persoas usuarias
(MP1480_12) CA1.6 Detectáronse os erros máis habituais na comunicación e propuxéronse accións correctivas
(MP1480_22) CA1.7 Xestionáronse coas garantías legais as bases de datos da clientela
(MP1480_22) CA2.1 Identifícanse as características do produto ou servizo, o posicionamento da empresa e a súa implicación no plan de vendas
(MP1480_12) CA2.1 Identifícanse as ferramentas e os elementos básicos de márketing
(MP1480_22) CA2.2 Descríbense as funcións do departamento comercial ou de vendas da empresa
(MP1480_12) CA2.2 Definíronse as características cuantitativas e cualitativas das técnicas de obtención de información de mercados
(MP1480_22) CA2.3 Identificouse e interpretouse a normativa que regula a comercialización de produtos e servizos
(MP1480_12) CA2.3 Definíronse as características da mostra, aplicando as técnicas de mostraxe utilizadas na investigación comercial
(MP1480_22) CA2.4 Determinouse a carteira de clientela potencial e real para establecer o plan de actuación comercial
(MP1480_12) CA2.4 Analizáronse os datos obtidos dos estudos de mercado
(MP1480_22) CA2.5 Elaborouse o programa de acción de vendas mediante software de planificación comercial
(MP1480_12) CA2.5 Elaborouse o plan de márketing a partir das conclusións dos estudos de mercado realizados
(MP1480_22) CA2.6 Estableceuse a estratexia de negociación máis adecuada baseada en técnicas de habilidades sociais



Criterios de avaliación do currículo
(MP1480_12) CA2.6 Aplicáronse as estratexias de márketing centradas no desenvolvemento, no prezo, na distribución e na promoción do produto ou servizo
(MP1480_22) CA2.7 Describiuse o proceso de comunicación presencial coa clientela
(MP1480_12) CA2.7 Describíronse técnicas de comunicación comercial e promocional
(MP1480_22) CA2.8 Identificouse a documentación que formalice a operación de venda de acordo coa normativa aplicable
(MP1480_12) CA2.8 Valorouse a importancia da imaxe corporativa para transmitir os obxectivos da empresa
(MP1480_22) CA2.9 Realizáronse os cálculos derivados das operacións de venda, aplicando as fórmulas comerciais adecuadas
(MP1480_22) CA3.1 Identificáronse os principais motivos de queixa ou reclamación, a partir da retroalimentación da información
(MP1480_22) CA3.2 Establecéronse as fases que cumpra seguir na xestión de queixas e reclamacións
(MP1480_22) CA3.3 Describíronse as técnicas que se utilizan para afrontar as queixas e as reclamacións
(MP1480_22) CA3.4 Realizouse a entrevista co/coa cliente/a a través dunha canle de comunicación, aplicando técnicas de comportamento asertivo, resolutivo e positivo
(MP1480_22) CA3.5 Cubriuse a documentación requirida a través de formulario
(MP1480_22) CA3.6 Tramitouse correctamente a reclamación e xuntóuselle o formulario coas probas correspondentes
(MP1480_22) CA3.7 Aplicouse a normativa no proceso de resolución de reclamacións da clientela
(MP1480_22) CA3.8 Confeccionouse un informe cos datos da queixa ou reclamación, e introduciuse, de ser o caso, a información nun software de xestión de reclamacións
(MP1480_22) CA3.9 Avaliouse a calidade do proceso de xestión da queixa ou reclamación
(MP1480_22) CA4.1 Valorouse a importancia do servizo posvenda
(MP1480_22) CA4.2 Identificáronse as situacións comerciais que precisan seguimento e servizo posvenda
(MP1480_22) CA4.3 Establecéronse as fases do servizo posvenda



Criterios de avaliación do currículo
(MP1480_22) CA4.4 Aplicáronse as ferramentas de xestión dun servizo posvenda e arranxáronse os erros producidos na prestación do servizo
(MP1480_22) CA4.5 Presentáronse conclusións a través de informes respecto á satisfacción e a fidelización
(MP1480_22) CA4.6 Valorouse a calidade do servizo posvenda aplicando métodos de avaliación internos e externos
(MP1480_22) CA4.7 Transmitíronse ao departamento correspondente os defectos detectados ao produto ou servizo para mellorar a súa calidade
(MP1480_22) CA4.8 Aplicáronse métodos de mellora continua no servizo posvenda, partindo dos datos obtidos no control de calidade

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP1480_22) RA1 - Organiza o servizo de atención á clientela da empresa gráfica, tendo en conta a relación entre as súas necesidades e as características do produto ou servizo
(MP1480_12) RA1 - Aplica técnicas de comunicación e identifica as súas características e a adecuación ao proceso de comunicación da empresa gráfica
(MP1480_22) RA2 - Xestiona o servizo gráfico e de vendas de produtos, para o que elabora e aplica programas e técnicas de venda establecidos pola empresa
(MP1480_12) RA2 - Elabora o plan de márketing aplicando estratexias centradas no desenvolvemento, no prezo, na distribución e na promoción do produto ou servizo gráfico
(MP1480_22) RA3 - Xestiona as queixas e reclamacións da empresa gráfica e analiza o problema, aplicando a normativa vixente
(MP1480_22) RA4 - Desenvolve o servizo posvenda da empresa gráfica, aplicando as ferramentas de xestión adecuadas que garantan a fidelización da clientela e a mellora continua da calidade

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

Criterios de avaliación do currículo
(MP1480_22) CA1.1 Descríbense as funcións do departamento de atención á clientela da empresa



Criterios de avaliación do currículo
(MP1480_12) CA1.1 Determináronse os elementos e as etapas dun proceso de comunicación
(MP1480_22) CA1.2 Determináronse os obxectivos dunha correcta atención á clientela
(MP1480_12) CA1.2 Identificáronse as técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións
(MP1480_22) CA1.3 Describíronse as fases do proceso de atención á clientela a través de diferentes canles de comunicación
(MP1480_12) CA1.3 Definíronse as características das canles de comunicación da empresa
(MP1480_22) CA1.4 Describíronse os factores de comportamento na clientela e a mellor forma de se adecuar ás súas necesidades
(MP1480_12) CA1.4 Aplicáronse as técnicas de comunicación presenciais e non presenciais máis adecuadas
(MP1480_22) CA1.5 Aplicáronse a forma e a actitude adecuadas no proceso de atención á clientela
(MP1480_12) CA1.5 Aplicouse o protocolo de comunicación verbal e non verbal nas comunicacións presenciais e non presenciais
(MP1480_22) CA1.6 Analizáronse e solucionáronse os erros e as interferencias máis habituais que se cometen na comunicación coa clientela ou as persoas usuarias
(MP1480_12) CA1.6 Detectáronse os erros máis habituais na comunicación e propuxéronse accións correctivas
(MP1480_22) CA1.7 Xestionáronse coas garantías legais as bases de datos da clientela
(MP1480_22) CA2.1 Identificáronse as características do produto ou servizo, o posicionamento da empresa e a súa implicación no plan de vendas
(MP1480_12) CA2.1 Identificáronse as ferramentas e os elementos básicos de márketing
(MP1480_22) CA2.2 Describíronse as funcións do departamento comercial ou de vendas da empresa
(MP1480_12) CA2.2 Definíronse as características cuantitativas e cualitativas das técnicas de obtención de información de mercados
(MP1480_22) CA2.3 Identificouse e interpretouse a normativa que regula a comercialización de produtos e servizos
(MP1480_12) CA2.3 Definíronse as características da mostra, aplicando as técnicas de mostraxe utilizadas na investigación comercial



Criterios de avaliación do currículo
(MP1480_22) CA2.4 Determinouse a carteira de clientela potencial e real para establecer o plan de actuación comercial
(MP1480_12) CA2.4 Analizáronse os datos obtidos dos estudos de mercado
(MP1480_22) CA2.5 Elaborouse o programa de acción de vendas mediante software de planificación comercial
(MP1480_12) CA2.5 Elaborouse o plan de márketing a partir das conclusións dos estudos de mercado realizados
(MP1480_22) CA2.6 Estableceuse a estratexia de negociación máis adecuada baseada en técnicas de habilidades sociais
(MP1480_12) CA2.6 Aplicáronse as estratexias de márketing centradas no desenvolvemento, no prezo, na distribución e na promoción do produto ou servizo
(MP1480_22) CA2.7 Describiuse o proceso de comunicación presencial coa clientela
(MP1480_12) CA2.7 Describíronse técnicas de comunicación comercial e promocional
(MP1480_22) CA2.8 Identificouse a documentación que formalice a operación de venda de acordo coa normativa aplicable
(MP1480_12) CA2.8 Valorouse a importancia da imaxe corporativa para transmitir os obxectivos da empresa
(MP1480_22) CA2.9 Realizáronse os cálculos derivados das operacións de venda, aplicando as fórmulas comerciais adecuadas
(MP1480_22) CA3.1 Identificáronse os principais motivos de queixa ou reclamación, a partir da retroalimentación da información
(MP1480_22) CA3.2 Establecéronse as fases que cumpra seguir na xestión de queixas e reclamacións
(MP1480_22) CA3.3 Describíronse as técnicas que se utilizan para afrontar as queixas e as reclamacións
(MP1480_22) CA3.4 Realizouse a entrevista co/coa cliente/a a través dunha canle de comunicación, aplicando técnicas de comportamento asertivo, resolutivo e positivo
(MP1480_22) CA3.5 Cubriuse a documentación requirida a través de formulario
(MP1480_22) CA3.6 Tramitouse correctamente a reclamación e xuntóuselle o formulario coas probas correspondentes
(MP1480_22) CA3.7 Aplicouse a normativa no proceso de resolución de reclamacións da clientela



Criterios de avaliación do currículo
(MP1480_22) CA3.8 Confeccionouse un informe cos datos da queixa ou reclamación, e introduciuse, de ser o caso, a información nun software de xestión de reclamacións
(MP1480_22) CA3.9 Avaliouse a calidade do proceso de xestión da queixa ou reclamación
(MP1480_22) CA4.1 Valorouse a importancia do servizo posvenda
(MP1480_22) CA4.2 Identificáronse as situacións comerciais que precisan seguimento e servizo posvenda
(MP1480_22) CA4.3 Establecéronse as fases do servizo posvenda
(MP1480_22) CA4.4 Aplicáronse as ferramentas de xestión dun servizo posvenda e arranxáronse os erros producidos na prestación do servizo
(MP1480_22) CA4.5 Presentáronse conclusións a través de informes respecto á satisfacción e a fidelización
(MP1480_22) CA4.6 Valorouse a calidade do servizo posvenda aplicando métodos de avaliación internos e externos
(MP1480_22) CA4.7 Transmitíronse ao departamento correspondente os defectos detectados ao produto ou servizo para mellorar a súa calidade
(MP1480_22) CA4.8 Aplicáronse métodos de mellora continua no servizo posvenda, partindo dos datos obtidos no control de calidade

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

A valoración da adquisición dos resultados de aprendizaxe levarase a cabo a través da realización das dúas partes da proba, pola persoa aspirante, ante o profesor ou a profesora do correspondente módulo:

a) Primeira parte. Terá carácter eliminatorio e consistirá nunha proba escrita que versará sobre unha mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación para esta parte. O profesor ou a profesora do módulo profesional cualificará esta primeira parte da proba de cero a dez puntos, cun máximo de dous decimais. Para a súa superación as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual ou superior a cinco puntos. Finalizada esta primeira parte da proba, as comisións de avaliación exporán a puntuación obtida polas persoas aspirantes no taboleiro de anuncios do centro onde se realizou.

b) Segunda parte. As persoas aspirantes que superen a primeira parte da proba realizarán a segunda, que tamén terá carácter eliminatorio e consistirá no desenvolvemento de un ou de varios supostos prácticos que versarán sobre unha mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación para esta parte.



O profesor ou a profesora do módulo profesional cualificará esta segunda parte da proba de cero a dez puntos cun máximo de dous decimais. Para a súa superación as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual ou superior a cinco puntos. As persoas que non superen a primeira parte da proba serán cualificadas cun cero nesta segunda parte. Finalizada esta segunda parte da proba, as comisións de avaliación exporán as puntuacións obtidas no taboleiro de anuncios do centro onde se realizou.

Os membros da comisión de avaliación poderán excluír de calquera parte da proba dun determinado módulo profesional as persoas aspirantes que leven a cabo calquera actuación de tipo fraudulento ou incumpran as normas de prevención, protección e seguridade, sempre que poidan implicar algún tipo de risco para si mesmas, para o resto do grupo ou para as instalacións, durante a realización das probas. Neste caso, o profesor ou a profesora do módulo profesional cualificará esa parte da proba do módulo cun cero.

A cualificación final correspondente da proba de cada módulo profesional será a media aritmética das cualificacións obtidas en cada unha das partes, expresada con números enteiros, redondeada á unidade máis próxima. No caso das persoas aspirantes que suspendan a segunda parte da proba, a puntuación máxima que poderá asignarse será de catro puntos.

Tódolos criterios de avaliación son mínimos exixibles.

RA1. Aplica técnicas de comunicación e identifica as súas características e a adecuación ao proceso de comunicación da empresa gráfica.

CA1.1. Determináronse os elementos e as etapas dun proceso de comunicación.

CA1.2. Identificáronse as técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións.

CA1.3. Definíronse as características das canles de comunicación da empresa.

CA1.4. Aplicáronse as técnicas de comunicación presenciais e non presenciais máis adecuadas.

CA1.6. Detectáronse os erros máis habituais na comunicación e propuxéronse accións correctivas.

RA2. Elabora o plan de márketing aplicando estratexias centradas no desenvolvemento, no prezo, na distribución e na promoción do produto ou servizo gráfico.

CA2.1. Identificáronse as ferramentas e os elementos básicos de márketing.

CA2.2. Definíronse as características cuantitativas e cualitativas das técnicas de obtención de información de mercados.

CA2.4. Analizáronse os datos obtidos dos estudos de mercado.

CA2.5. Elaborouse o plan de márketing a partir das conclusións dos estudos de mercado realizados.



CA2.6. Aplicáronse as estratexias de márketing centradas no desenvolvemento, no prezo, na distribución e na promoción do produto ou servizo.

CA2.7. Describíronse técnicas de comunicación comercial e promocional.

RA1. Organiza o servizo de atención á clientela da empresa gráfica, tendo en conta a relación entre as súas necesidades e as características do produto ou servizo.

CA1.1. Describíronse as funcións do departamento de atención á clientela da empresa.

CA1.2. Determináronse os obxectivos dunha correcta atención á clientela.

CA1.3. Describíronse as fases do proceso de atención á clientela a través de diferentes canles de comunicación.

CA1.4. Describíronse os factores de comportamento no cliente e a mellor forma de se adecuar ás súas necesidades.

CA1.6. Analizáronse e solucionáronse os erros e as interferencias máis habituais que se cometen na comunicación coa clientela ou as persoas usuarias.

RA2. Xestiona o servizo gráfico e de vendas de produtos, para o que elabora e aplica programas e técnicas de venda establecidos pola empresa.

CA2.1. Identificáronse as características do produto ou servizo, o posicionamento da empresa e a súa implicación no plan de vendas.

CA2.2. Describíronse as funcións do departamento comercial ou de vendas da empresa.

CA2.3. Identificouse e interpretouse a normativa que regula a comercialización de produtos e servizos.

CA2.4. Determinouse a carteira de clientela potencial e real para establecer o plan de actuación comercial.

CA2.5. Elaborouse o programa de acción de vendas mediante software de planificación comercial.

CA2.7. Describiuse o proceso de comunicación presencial coa clientela.

RA3. Xestiona as queixas e reclamacións da empresa gráfica e analiza o problema, aplicando a normativa vixente.

CA3.1. Identificáronse os principais motivos de queixa ou reclamación, a partir da



retroalimentación da información.

CA3.2. Establecéronse as fases que cumpra seguir na xestión de queixas e reclamacións.

CA3.3. Describíronse as técnicas que se utilizan para afrontar as queixas e as reclamacións.

CA3.4. Realizouse a entrevista co/coa cliente/a a través dunha canle de comunicación, aplicando técnicas de comportamento asertivo, resolutivo e positivo.

CA3.6. Tramitouse correctamente a reclamación e xuntóuselle o formulario coas probas correspondentes.

CA3.7. Aplicouse a normativa no proceso de resolución de reclamacións da clientela.

CA3.9. Avaliouse a calidade do proceso de xestión da queixa ou reclamación.

RA4. Desenvolve o servizo posvenda da empresa gráfica, aplicando as ferramentas de xestión adecuadas que garantan a fidelización da clientela e a mellora continua da calidade.

CA4.1. Valorouse a importancia do servizo posvenda.

CA4.2. Identificáronse as situacións comerciais que precisan seguimento e servizo posvenda.

CA4.3. Establecéronse as fases do servizo posvenda.

CA4.4. Aplicáronse as ferramentas de xestión dun servizo posvenda e arranxáronse os erros producidos na prestación do servizo.

CA4.6. Valorouse a calidade do servizo posvenda aplicando métodos de avaliación internos e externos.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

A primeira parte da proba será unha proba escrita sobre a parte teórica que poderá incluír cuestións tipo test, preguntas curtas ou preguntas máis extensas.

O aprobado será como mínimo dun 5.

A proba terá unha duración prevista de 60 minutos.

O alumnado deberá traer bolígrafo azul, lápiz, goma de borrar, regra, calculadora e outro material que considere oportuno para o desenvolvemento da proba escrita. Para o uso doutro material o alumnado deberá consultar co profesorado antes do seu uso. De usar outro material sen autorización, poderá quedar excluído da proba.



4.b) Segunda parte da proba

A segunda parte da proba consistirá na resolución dun ou varios supostos prácticos/exercicios propostos.

O aprobado será dun 5 nunha escala de 0-10.

A proba terá unha duración prevista de 120 minutos.

O alumnado deberá traer bolígrafo azul, lápis, goma de borrar, regla, calculadora e outro material que considere oportuno para o desenvolvemento da parte escrita. Para o uso doutro material o alumnado deberá consultar co profesorado antes do seu uso. De usar outro material sen autorización, poderá quedar excluído da proba.