

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	IES A Guía	Vigo	2025/2026

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM01	Transporte e loxística	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
MP0624	Comercialización do transporte e a loxística	2025/2026	0	132	0
MP0624_12	Servizo de transporte, comercialización e seguimento	2025/2026	0	85	0
MP0624_22	Xestión da relación coa clientela	2025/2026	0	47	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA TERESA PEREIRA EIRÍN,SILVIA CASALES ALONSO
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP0624_12) RA1 - Obtén a información do mercado de servizos de transporte aplicando técnicas de estudo de mercados, para a toma de decisións.
(MP0624_22) RA1 - Define as relacións coa clientela e coas persoas usuarias dos servizos de acordo con criterios de calidade, facendo o seguimento das operacións de transporte.
(MP0624_12) RA2 - Establece as bases para a promoción do servizo de transporte utilizando técnicas de márketing.

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
(MP0624_12) CA1.1 Identifícanse os axentes e os organismos implicados no mercado español e internacional no transporte de mercadorías e viaxeiros.
(MP0624_22) CA1.1 Valorouse a importancia da calidade na prestación do servizo para a empresa e as persoas usuarias.
(MP0624_12) CA1.2 Determináronse os aspectos básicos da normativa reguladora da actividade económica do sector.
(MP0624_22) CA1.2 Determináronse os factores que inflúen na valoración do servizo prestado á clientela e/ou ás persoas usuarias.
(MP0624_12) CA1.3 Analizáronse as variables que condicionan a evolución do mercado de transporte.
(MP0624_22) CA1.3 Establecéronse os criterios e os indicadores salientables para a prestación dun servizo de calidade no transporte.
(MP0624_12) CA1.4 Seleccionouse información salientable das variables da oferta e demanda do servizo de transporte.
(MP0624_22) CA1.4 Seguíronse os protocolos establecidos para o seguimento da prestación do servizo.
(MP0624_12) CA1.5 Utilizáronse técnicas de investigación de mercados para a obtención de información.

Criterios de avaliación do currículo
(MP0624_22) CA1.5 Detectáronse as incidencias producidas na prestación do servizo de transporte de mercadorías e/ou viaxeiros.
(MP0624_12) CA1.6 Identificáronse os aspectos clave da operativa e necesidades da clientela dos servizos de transporte.
(MP0624_22) CA1.6 Aplicouse o tratamento axeitado na xestión das anomalías producidas.
(MP0624_12) CA1.7 Diferenciáronse e segmentáronse os tipos de clientela do servizo de transporte segundo o seu perfil e as súas necesidades.
(MP0624_22) CA1.7 Utilizáronse sistemas de información e comunicación na relación coa clientela.
(MP0624_12) CA1.8 Utilizáronse aplicacións informáticas para a obtención e o tratamento da información, e a presentación de resultados.
(MP0624_12) CA2.1 Caracterizáronse as variables esenciais das políticas de márketing aplicadas ás particularidades de diversos tipos de servizos de transporte.
(MP0624_12) CA2.2 Seleccionáronse as variables de márketing-mix en función de diversos tipos de servizos de transporte e tipos de clientela.
(MP0624_12) CA2.3 Determináronse os medios e as accións para a promoción de distintos tipos de servizos de transporte.
(MP0624_12) CA2.4 Avaliáronse as vantaxes das accións de márketing directo aplicables.
(MP0624_12) CA2.5 Defíníronse as variables e a información máis salientable dos servizos de transporte para a súa comercialización e promoción.
(MP0624_12) CA2.6 Analizáronse as diferenzas de diversos anuncios e promocións de servizos de transporte.
(MP0624_12) CA2.7 Avaliáronse as vantaxes e os inconvenientes do anuncio ou a inserción de prestación de servizos de transporte en diversos medios publicitarios.
(MP0624_12) CA2.8 Defíníronse accións de promoción directa da prestación de servizos de transporte.

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP0624_22) RA2 - Resolve as reclamacións e as incidencias coa clientela e as persoas usuarias do servizo de transporte, respectando a normativa e a responsabilidade das partes.

Resultados de aprendizaxe do currículo

(MP0624_12) RA3 - Planifica o proceso de venda do servizo de transporte organizando a carteira de clientela e aplicando técnicas de venda.

(MP0624_12) RA4 - Programa a negociación do servizo de transporte, aplicando técnicas de comunicación e negociación, de acordo coa responsabilidade asignada.

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**

(MP0624_22) CA2.1 Delimitáronse as funcións do departamento de atención á clientela en empresas.

(MP0624_22) CA2.2 Interpretouse a comunicación recibida por parte da clientela.

(MP0624_22) CA2.3 Distinguíronse os elementos da queixa ou reclamación.

(MP0624_22) CA2.4 Aplicáronse as fases que compoñen o plan interno de resolución de queixas e reclamacións.

(MP0624_22) CA2.5 Localizouse a información que cumpra subministrarlle á clientela.

(MP0624_22) CA2.6 Utilizáronse os documentos propios da xestión de consultas, queixas e reclamacións, utilizando medios electrónicos ou outras canles de comunicación.

(MP0624_22) CA2.7 Recoñeceuse a importancia da protección do consumidor.

(MP0624_22) CA2.8 Aplicouse a normativa en materia de consumo para a resolución da queixa ou reclamación.

(MP0624_22) CA2.9 Valoráronse os sistemas de mediación e arbitraje para a resolución de conflitos.

(MP0624_12) CA3.1 Identificáronse as características e as necesidades da clientela.

(MP0624_12) CA3.2 Organizouse a información obtida da clientela.

(MP0624_12) CA3.3 Determinouse a carteira de clientela obxectivo.

Criterios de avaliación do currículo

(MP0624_12) CA3.4 Determináronse as necesidades do departamento de vendas

(MP0624_12) CA3.5 Estableceuse o plan de vendas adaptado á necesidade de servizo e aos requisitos da clientela.

(MP0624_12) CA3.6 Planificouse o proceso de actuación na presentación a concursos de contratación.

(MP0624_12) CA3.7 Programouse o calendario e as condicións das actuacións comerciais.

(MP0624_12) CA3.8 Establecéronse os mecanismos de control para o seguimento do proceso de venda.

(MP0624_12) CA3.9 Utilizáronse aplicacións informáticas na xestión do proceso de venda.

(MP0624_12) CA4.1 Establecéronse os parámetros para a elaboración dun orzamento de prestación de servizos.

(MP0624_12) CA4.2 Elaborouse un orzamento de prestación de servizo de transporte.

(MP0624_12) CA4.3 Caracterizáronse a venda e a negociación.

(MP0624_12) CA4.4 Aplicáronse técnicas de comunicación no proceso de negociación coa clientela.

(MP0624_12) CA4.5 Aplicáronse técnicas e estratexias de negociación.

(MP0624_12) CA4.6 Diferenciáronse as fases do proceso de negociación da venda do servizo.

(MP0624_12) CA4.7 Determináronse as condicións da prestación do servizo de transporte de mercadorías ou viaxeiros.

(MP0624_12) CA4.8 Redactouse o contrato de prestación do servizo de transporte.

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

Primeira parte da proba. Teórica

O exame será tipo test consistente en responder preguntas relacionadas coas CA correspondentes. Cada resposta correcta terá un valor de 1 punto, as respostas mal contestadas restarán a metade 0,5 puntos.

Escalarase o resultado sobre 10 puntos, sendo necesario obter unha puntuación mínima de 5 puntos.

Tempo estimado: 2 horas

Segunda parte da proba. Práctica.

Consistirá nuha proba obxectiva consistente en resolver correctamente de catro a seis exercicios.

Para obter un aprobado deberá alcanzar un 5 sobre 10 puntos.

Tempo estimado: 2 horas

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Exame tipo test referidos aos seguintes contidos:

- Obtención da información do mercado de servicios de transporte.
- Bases para a promoción do servicio de transporte.
- Planificación do proceso de venda do servicio de transporte.
- Programación da negociación do servicio de transporte.
- Reclamacións e incidencias no servicio de transporte.

4.b) Segunda parte da proba

Realización de exercicios prácticos sobre:

- Investigación comercial
- Sistemas de información comercial.
- Aplicacións informáticas de investigación comercial
- Fijación de precios.
- Marketing mix.
- Ciclo de vida dos produtos e servizos.
- Elaboración de tablas dinámicas e facturación
- Selección de equipos de vendas.
- Sistemas de xestión e tratamento da información.
- Técnicas de arquivo e programas de xestión comercial.

- Control de clientes ABC
- Ratios de control
- Elaboración de presupuestos de contratación
- Tipos de comunicación comercial
- Fases, técnicas e estratexias de negociación.
- Contrato de transporte
- Formas de atención ó cliente
- Manual de calidade e protocolos de actuación
- Auditorías, protocolos, normalización, homologació e certificación.
- Reclamacións, queixas e suxestións.
- Xuntas arbitrais de transporte
- Normativa en materia de consumo.