

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
15015767	CIFP Politécnico de Santiago	Santiago de Compostela	2025/2026

Ciclo formativo

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

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0309	Técnicas de comunicación e de relacións	2025/2026	0	53	0

(*) 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. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

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

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

Criterios de avaliación do currículo
CA1.1 Identifícanse as técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións.
CA1.2 Descríbense as características, as vantaxes e os inconvenientes das canles de comunicación.
CA1.3 Defínense os parámetros que caracterizan a atención adecuada en función da canle de comunicación utilizada.
CA1.4 Descríbense as técnicas de comunicación máis utilizadas segundo as canles de comunicación.
CA1.5 Identifícanse os erros máis habituais na comunicación.
CA1.6 Defínense os parámetros para controlar a claridade e a precisión na transmisión e na recepción da información.
CA1.7 Valorouse a importancia da linguaxe non verbal na comunicación presencial.

Crterios de avaliación do currículo

CA1.8 Valorouse a importancia da actitude e da imaxe persoal.

CA1.9 Adaptáronse a actitude e o discurso á situación de partida.

CA1.10 Identificáronse os elementos fundamentais na comunicación oral.

CA1.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.

CA2.1 Identificáronse os obxectivos dunha correcta atención á clientela.

CA2.2 Caracterizáronse os tipos de clientes.

CA2.3 Clasificáronse e caracterizáronse as etapas dun proceso de comunicación.

CA2.4 Analizouse, de ser o caso, a información histórica da clientela.

CA2.5 Interpretouse o comportamento da clientela.

CA2.6 Identificáronse as motivacións de compra ou demanda dun servizo por parte da clientela.

CA2.7 Procedeuse cunha forma e unha actitude adecuadas na atención e no asesoramento á clientela, en función da canle de comunicación utilizada.

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

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

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

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

CA3.2 Definiuse o concepto de imaxe da empresa.

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

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

Crterios de avaliación do currículo
CA3.5 Valorouse a necesidade de transmitir unha información diversa e precisa.
CA3.6 Descríronse 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 Descríronse as técnicas para proporcionar unha información exacta e adecuada.
CA3.10 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA4.1 Definíronse os conceptos formais e non formais de queixas, reclamacións e suxestións.
CA4.2 Recoñecéronse os principais motivos de queixas de clientes nas empresas de mantemento de vehículos.
CA4.3 Xerarquizáronse en función do tipo de organización as canles de presentación de reclamacións.
CA4.4 Establecéronse as fases para seguir na xestión de queixas e reclamacións no seu ámbito de competencia.
CA4.5 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 Descríronse as incidencias comúns nos procesos de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.
CA5.2 Definiuse o concepto de calidade e as súas implicacións na atención á clientela.

Crterios de avaliación do currículo
CA5.3 Identificáronse os factores que inflúen na calidade de prestación do servizo.
CA5.4 Obtívose información de clientes para coñecer as súas necesidades e as súas demandas.
CA5.5 Relacionouse a calidade de servizo coa fidelización da clientela.
CA5.6 Analizáronse as características do servizo prestado en comparación coas necesidades da clientela.
CA5.7 Describíronse os métodos de avaliación da eficiencia na prestación do servizo.
CA5.8 Propuxéronse medidas de resolución ante problemas tipo de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.
CA5.9 Presentáronse conclusións a través de informes acerca da satisfacción da clientela, e achegáronse medidas que poidan mellorar a calidade do servizo.
CA5.10 Transmitíronse ao departamento correspondente os defectos detectados no produto ou no servizo para mellorar a súa calidade.
CA5.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

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

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

Criterios de avaliación do currículo
CA1.1 Identifícanse as técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións.
CA1.2 Descríbense as características, as vantaxes e os inconvenientes das canles de comunicación.
CA1.3 Defínense os parámetros que caracterizan a atención adecuada en función da canle de comunicación utilizada.
CA1.4 Descríbense as técnicas de comunicación máis utilizadas segundo as canles de comunicación.
CA1.5 Identifícanse os erros máis habituais na comunicación.
CA1.6 Defínense os parámetros para controlar a claridade e a precisión na transmisión e na recepción da información.
CA1.7 Valorouse a importancia da linguaxe non verbal na comunicación presencial.
CA1.8 Valorouse a importancia da actitude e da imaxe persoal.
CA1.9 Adaptáronse a actitude e o discurso á situación de partida.
CA1.10 Identifícanse os elementos fundamentais na comunicación oral.
CA1.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.
CA2.2 Caracterizáronse os tipos de clientes.
CA2.3 Clasificáronse e caracterizáronse as etapas dun proceso de comunicación.
CA2.4 Analizouse, de ser o caso, a información histórica da clientela.
CA2.5 Interpretouse o comportamento da clientela.
CA2.6 Identifícanse as motivacións de compra ou demanda dun servizo por parte da clientela.

Cráterios de avaliación do currículo

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

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

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

CA3.2 Definiuse o concepto de imaxe da empresa.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Criterios de avaliación do currículo

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

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

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

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

CA5.5 Relacionouse a calidade de servizo coa fidelización da clientela.

CA5.7 Descríronse os métodos de avaliación da eficiencia na prestación do servizo.

CA5.8 Propuxéronse medidas de resolución ante problemas tipo de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.

CA5.9 Presentáronse conclusións a través de informes acerca da satisfacción da clientela, e achegáronse medidas que poidan mellorar a calidade do servizo.

CA5.10 Transmitíronselle ao departamento correspondente os defectos detectados no produto ou no servizo para mellorar a súa calidade.

CA5.11 Demostrouse unha actitude de atención e colaboración nas actividades realizadas.

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

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

A COMUNICACIÓN

Técnicas de comunicación, as súas vantaxes e as súas limitacións

Características, vantaxes e inconvenientes das canles de comunicación
Erros máis habituais na comunicación
Parámetros para controlar a claridade e a precisión na transmisión e na recepción da información
Importancia da linguaxe non verbal na comunicación presencial.
Elementos fundamentais na comunicación oral
Clasificación e caracterización das etapas dun proceso de comunicación
Parámetros que caracterizan a atención adecuada en función da canle de comunicación utilizada
Obxectivos dunha correcta atención á clientela
Tipos de clientes
Etapas dun proceso de comunicación

ATENCIÓN AO CLIENTE

Comportamento da clientela
Motivacións de compra ou demanda dun servizo por parte da clientela
Actitude adecuadas na atención e no asesoramento á clientela, en función da canle de comunicación utilizada
Interferencias que dificultan a comunicación coa clientela
Actitudes positivas cara á clientela no acollemento e na despedida
Conceptos formais e non formais de queixas, reclamacións e suxestións
Fases para seguir na xestión de queixas e reclamacións no seu ámbito de competencia
As actitudes e o protocolo fronte as reclamacións
Puntos clave que debe conter un manual corporativo de atención á clientela e xestión de queixas e reclamacións
Importancia dunha actitude proactiva para se anticipar ás incidencias no proceso
Incidencias comúns nos procesos de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos
A calidade de servizo coa fidelización da clientela
Métodos de avaliación da eficiencia na prestación do servizo
Medidas de resolución ante problemas tipo de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos.
As ferramentas e os elementos básicos de marketing

TRANSMISIÓN DA IMAXE DA EMPRESA

O concepto de imaxe da empresa
Os protocolos de funcionamento cos obxectivos e coas características do servizo

A necesidade de transmitir unha información diversa e precisa
As técnicas para proporcionar unha información exacta e adecuada
Normas de seguridade, confidencialidade e discreción que se deben respectar nas comunicación
A importancia da imaxe corporativa para transmitir os obxectivos da empresa

FEEDBACK COS CLIENTES E CONTROL DE CALIDADE

Os conceptos formais e non formais de queixas, reclamacións e suxestións
Os principais motivos de queixas de clientes nas empresas de mantemento de vehículos
As fases para seguir na xestión de queixas e reclamacións no seu ámbito de competencia
A normativa no proceso de resolución de reclamacións de clientes
A importancia das queixas, reclamacións e suxestións como elemento de mellora continua
As actitudes e o protocolo fronte as reclamacións.
Os puntos clave que debe conter un manual corporativo de atención á clientela e xestión de queixas e reclamacións
As incidencias comúns nos procesos de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos
Os factores que inflúen na calidade de prestación do servizo
Información de clientes para coñecer as súas necesidades e as súas demandas
A calidade de servizo coa fidelización da clientela.
As características do servizo prestado en comparación coas necesidades da clientela
Os métodos de avaliación da eficiencia na prestación do servizo
Medidas de resolución ante problemas tipo de atención á clientela en empresas de mantemento de vehículos
Conclusións a través de informes acerca da satisfacción da clientela, e achegáronse medidas que poidan mellorar a calidade do servizo

PROBAS

Realizaráanse dúas probas.

Unha máis teórica que consistirá en cuestións e preguntas e outra consistente en cuestións máis prácticas.

A proba escrita será avaliada cunha nota que vai desde o 0 aos 10 puntos

Superarase a primeira proba sempre que a cualificación acadada sexa de 5 ou superior.

Dita cualificación será comunicada nos días sucesivos, segundo a indicación do responsable da proba libre e no seu defecto, publicarase o conxunto de cualificacións no taboleiro de anuncios do departamento de automoción.

A superación da primeira proba da dereito a presentarse á segunda proba.

No caso de non superar a primeira parte (proba teórica), o candidato terá finalizado o procedemento e asignaráselle a nota acadada nesta primeira parte da proba.

A data da segunda proba será comunicada polo responsable da proba libre mediante a correspondente publicación no taboleiro de anuncios do departamento de automoción.

A proba práctica será avaliada cunha nota que vai desde o 0 aos 10 puntos.

Superarase a proba sempre que a cualificación acadada sexa de 5 ou superior.

A cualificación acadada será comunicada nos días sucesivos, segundo a indicación do responsable da proba libre e no seu defecto, publicarase o conxunto de cualificacións no taboleiro de anuncios do departamento de automoción.

No caso de superar a totalidade das probas, o candidato terá finalizado o procedemento e asignaráselle como nota numérica a media aritmética de ambas as dúas probas.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Proba escrita. Terá carácter eliminatorio.

Consistirá en preguntas teóricas relativas ao programa desenrolado no módulo e terá unha culaificació de 0 a 10 puntos. Para a súa superación as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual ou superior a cinco puntos.

Material necesario: Bolígrafo e calculadora. En ningún caso se permitirá o uso do móbil como calculadora.

A cualificación acadada será comunicada nos días sucesivos, segundo a indicación do responsable da proba libre. A superación da primeira parte da proba dá dereito a presentarse á segunda parte da proba.

No caso de non superar esta parte da proba, o candidato terá finalizado o procedemento e asignaráselle a nota acadada nesta primeira parte da proba (Resultado: superación do módulo non acadada)

A data da segunda proba será comunicada polo responsable da proba libre.

4.b) Segunda parte da proba

O/A candidato/a presentarse no lugar de celebración da proba na data e hora sinalada.

A inasistencia do/da candidato/a á proba no momento do inicio da mesma dará por finalizada e non superada a proba.

A segunda parte da proba someterá ao/a candidato/a a varias cuestións teóricas cunha evidente compoñente práctica nas que se desenvolverán as destrezas relacionadas cos mínimos esixibles establecidos nesta programación.

A disposición de calquera material que suscite unha posible axuda ou vantaxe por parte do aspirante dará por finalizada e non superada a proba.

O/A aspirante permanecerá en silencio durante a proba, e manterá o esixido respecto ao resto dos aspirantes, ao/a avaliador/ora, as instalacións e materiais. No caso de non cumprir este apartado dará por finalizada e non superada a súa proba.

No caso de que o aspirante faga ademán ou uso negligente das maquetas, materiais ou ferramentas poderase, a xuízo do avaliador da proba, dar por finalizada e non superada a mesma.

As probas poderán versar sobre:

Supostos de atención a clientes.

Tipos de clientes

Cubrir unha folla de reclamación

Contestar a una folla de reclamación

Realizar un organigrama dunha empresa

Redactar unha comunicación tanto interna como externa.

Crear unha base de datos a partires de documentos de reclamación ou atención a clientes.

Partes que constituen calquer comunicación