



## Programación didáctica del módulo profesional: 0624 Comercialización del transporte y la logística

Ciclo Formativo de Grado Superior de Transporte y Logística a distancia

Curso 2021 – 2022

---

M<sup>a</sup> Blanca Martínez Pérez  
Comercio y Marketing  
IES Las Llamas  
Santander

Índice.

1. Introducción .....	3
1.1. Justificación de la programación didáctica .....	3
1.3. Normativa.....	6
2. Ciclo formativo de grado superior de transporte y logística .....	7
2.1. Identificación .....	7
2.2. Competencia general.....	7
2.3. Competencias profesionales, personales y sociales.....	8
2.4. Cualificaciones y unidades de competencia.....	10
2.5. Objetivos generales .....	11
2.6. Entorno profesional.....	14
3. Gestión administrativa del comercio internacional.....	15
3.1. Presentación .....	15
3.2. Objetivos generales .....	15
3.3. Competencias .....	15
3.4. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo.....	17
3.5. Contenidos.....	19
4. Programación: relación secuenciada de las unidades didácticas.....	26
5. Distribución temporal.....	31
6. Enfoques didácticos y metodológicos .....	33
7. Medidas de atención a la diversidad .....	33
8. Materiales y recursos didácticos .....	34
9. Utilización de espacios y equipamientos.....	34
10. Concreción del desarrollo de desdobles .....	35
11. Actividades complementarias y extraescolares .....	35
12. Procedimientos e instrumentos de evaluación del aprendizaje .....	35
13. Criterios de calificación.....	36
14. Aspectos curriculares mínimos para superar el módulo .....	39
15. Temas transversales .....	40
16. Concreción de los planes, programas y proyectos del centro, relacionados con el desarrollo del currículo.....	41
17. Evaluación de la programación didáctica y de la práctica docente .....	41
18. Hoja informativa para el alumnado.....	45

## 1. INTRODUCCIÓN.

### 1.1. Justificación de la programación didáctica.

El módulo profesional Comercialización del Transporte y la Logística está 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, que establece el currículo del ciclo formativo en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

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.

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 y son los siguientes:

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 adaptada 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.

Tal y como se recoge en el Proyecto Curricular de la Familia Profesional de Comercio y Marketing del IES Las Llamas "Las enseñanzas de los ciclos formativos se organizan en módulos profesionales, cuya finalidad es la de proporcionar a los alumnos la competencia profesional característica del título correspondiente". Por ello el enfoque que se plantea en la programación es eminentemente práctico para que los alumnos adquieran las competencias profesionales asociadas al módulo de Comercialización del transporte y la logística.

El Artículo 25 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 se recogen los aspectos que deberán recoger las programaciones didácticas de los módulos profesionales de los ciclos formativos y que son:

- a. Los objetivos expresados en resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y los contenidos de cada módulo profesional para cada uno de los cursos del ciclo formativo.
- b. La distribución temporal de los contenidos en el curso correspondiente.
- c. Aquellos aspectos curriculares mínimos que se consideren básicos para superar el módulo correspondiente, según lo recogido en el Real Decreto que regula cada título y en la Orden correspondiente a su currículo.
- d. Los enfoques didácticos y metodológicos que se consideren más coherentes para la adquisición, por parte del alumnado, de los objetivos de estas enseñanzas.
- e. Los procedimientos e instrumentos de evaluación del aprendizaje del alumnado.

- f. Los criterios de calificación que se vayan a aplicar.
- g. Los materiales y recursos didácticos que se vayan a utilizar.
- h. Las medidas de atención a la diversidad.
- i. La concreción de los planes, programas y proyectos acordados y aprobados, relacionados con el desarrollo del currículo.
- j. Las actividades complementarias y extraescolares que se pretendan realizar.
- k. Criterios y procedimientos para la evaluación del desarrollo de la programación y de la práctica docente.
- l. Planificación del uso de espacios específicos y equipamientos.
- m. La concreción del desarrollo de desdobles, agrupaciones flexibles y/o apoyos docentes en los módulos profesionales en los que se realicen los mismos, incluyendo la planificación de las actividades previstas.

### **1.3. Normativa.**

**Ordenación general de la Formación Profesional.** Real Decreto 1147/2011 de 29 de julio (BOE 30 de julio de 2011).

**Ordenación general de la Formación Profesional en Cantabria.** 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.

**Título De Técnico Superior en Transporte y Logística.** 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.

**Currículo de Técnico superior en Transporte y Logística.** Orden ECD/80/2012, de 27 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Transporte y Logística en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

**Evaluación y acreditación académica en las enseñanzas de Formación Profesional Inicial del Sistema Educativo en la Comunidad de Cantabria.** 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.

## 2. CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR DE TRANSPORTE Y LOGÍSTICA.

Establecido el Título de Técnico Superior en Transporte y Logística, dentro de la Familia Profesional de Comercio y Marketing por 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 (BOE 13 de diciembre) y desarrollado su currículo por Orden ECD/80/2012, de 27 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Transporte y Logística en la Comunidad Autónoma de Cantabria (BOC 6 de julio), la formación programada en el presente módulo trata de dar respuesta a la cualificación profesional 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.

### 2.1. 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.

### 2.2. 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.

### **2.3. 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.

## **2.4. 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.

## 2.5. 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.

## **2.6. 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 son los siguientes:

- Jefe de tráfico de empresas de transporte de viajeros por carretera.
- Jefe de operaciones.
- Gerente de la empresa de transporte.
- Inspector de transporte de viajeros por carretera.
- Jefe de estación de autobuses.
- Gestor de transporte por carretera.
- Comercial de servicios de transporte por carretera.
- Administrativo de servicio de transporte por carretera.
- Gerente de empresas de transporte por carretera.
- Jefe de circulación.
- Agente de transportes.

- Agente de carga.
- Jefe de tráfico en actividades de transporte.
- Jefe de administración en transporte terrestre, aéreo, marítimo y multimodal.
- Jefe de tráfico en actividades de transporte combinado.
- Comercial de servicios de transporte.
- Operador de transporte puerta a puerta.
- Transitario.
- Consignatario de buques.
- Operador logístico.
- Jefe de almacén.
- Técnico en logística del transporte.
- Coordinador logístico.
- Técnico en logística inversa.

### **3. COMERCIALIZACIÓN DEL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA.**

#### **3.1. 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.

#### **3.2. 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 y son los siguientes:

z) 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.

aa) 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.

bb) 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.

cc) 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 adaptada a cada tipo de clientes, para conseguir un acuerdo satisfactorio para las partes, realizando presupuestos y preparando ofertas adaptadas a las necesidades del cliente.

dd) 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.

ee) 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.

ff) 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.

gg) 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.

hh) 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.



- ii) 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.
- jj) 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.
- kk) 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.
- ll) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- mm) 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.
- nn) 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.d) 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.e) 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.f) 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.

### 3.3. Competencias.

La formación del módulo permite alcanzar las siguientes competencias del título:

- 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.
- 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.
- 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.

### 3.4. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo.

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 ha utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento de la información y presentación de resultados.

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.

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.

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.

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.

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.

### 3.5. Contenidos.

La orden ECD/80/2012, de 27 de junio que establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Transporte y Logística en la Comunidad Autónoma de Cantabria enumera los siguientes contenidos:

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. PROGRAMACIÓN: RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS.**

##### **U.T. 1. Obtención de la información del mercado de servicios**

1. Marketing de los servicios.
  - 1.1. Los tres niveles del marketing de los servicios: el mercado.
  - 1.2. Los tres niveles del marketing de los servicios: el producto o servicio.
  - 1.3. Los tres niveles del marketing de los servicios: la comunicación.
2. La calidad del servicio
  - 2.1. Fundamentación teórica sobre la calidad de los servicios: modelo de las deficiencias.
  - 2.2. Otros modelos para medir la calidad de un servicio: modelo servqual (I). 2.2.1. Otros modelos para medir la calidad de un servicio: modelo servqual (II).

3. La calidad del servicio de transporte.
4. La investigación comercial. Concepto.
  - 4.1. Objetivos
5. Diseño de una investigación comercial: Identificación del problema que se va a investigar.
  - 5.1. Definición del problema y objetivos.
  - 5.2. Enfoque de la investigación: estudios exploratorios.
  - 5.3. Enfoque de la investigación: estudios descriptivos y causales.
  - 5.4. Tipos de información: según su disponibilidad, su procedencia y su dinamismo.
  - 5.5. Tipos de información: según el grado de contacto con las personas y según el grado de colaboración.
  - 5.6. Técnicas de obtención de información.
  - 5.7. Análisis de datos e información.
  - 5.8. Presupuesto y decisión de realización.
  - 5.9. Resultados y presentación del informe.
6. La investigación de mercados a través de Internet.
  - 6.1. Fases de una investigación comercial en Internet (I).
- 6.1.1. Fases de una investigación comercial en Internet (II).

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

1. La importancia de los servicios.
2. Naturaleza de los servicios y la aplicación del marketing I: Intangibilidad.
  - 2.1. Naturaleza de los servicios y la aplicación del marketing II: Inseparabilidad.
  - 2.2. Naturaleza de los servicios y la aplicación del marketing III: Heterogeneidad.
  - 2.3. Naturaleza de los servicios y la aplicación del marketing IV: Caducidad.
3. La comercialización de los servicios I.
  - 3.1. La comercialización de los servicios II.
4. Política de producto/servicio: el ciclo de vida del producto/servicio.
  - 4.1. El desarrollo de nuevos servicios I.
    - 4.1.1. El desarrollo de nuevos servicios II.
  - 4.2. Estrategias de marketing de los servicios.
  - 4.3. Fracaso y eliminación de servicios I.
    - 4.3.1. Fracaso y eliminación de servicios II.
5. Elementos constitutivos del precio de venta. Consideraciones previas a la fijación del precio I
  - 5.1. Consideraciones previas a la fijación de precios II: el modelo de las 3 c's.
  - 5.2. Métodos de fijación de precios I: basados en el coste
  - 5.3. Métodos de fijación de precios II: basados en la competencia.
  - 5.4. Métodos de fijación de precios III: basados en la demanda.

6. Estrategias de fijación de precios.
7. La distribución/comercialización de los servicios. Diseño de los canales.
  - 7.1. La distribución a partir de agentes.
  - 7.2. La distribución a partir de canales electrónicos.
  - 7.3. La distribución comercial: localización de los distribuidores.
8. La comunicación integral en el marketing de servicios. Necesidad de coordinación en la comunicación de los servicios.
  - 8.1. Herramientas para comunicar el servicio I: la publicidad.
  - 8.2. Herramientas para comunicar el servicio II: la promoción.
  - 8.3. Herramientas para comunicar el servicio III: la venta personal.
9. La información de la empresa en la red. La web de la empresa.
  - 9.1. El correo electrónico.
  - 9.2. Otros usos de la Red.

### **U.T. 3. Planificación del proceso de venta del servicio de transporte**

1. Planes de venta: las fases del plan de ventas.
  - 1.1. Determinación de los objetivos (I).
    - Determinación de los objetivos (II).
  - 1.2. Determinación de estrategias (I): tipos de mercado.
    - Determinación de estrategias (II): función de compra.
    - Determinación de estrategias (III): el ciclo de venta.
    - Determinación de estrategias (IV): la oferta comercial.
    - Determinación de estrategias (V): el proceso de decisión.
  - 1.3. Control (I): aspectos generales.
    - Control (II): análisis de las ventas. El cuadro de mando.
    - Control (III): análisis de las ventas. El cuadro de ventas.
2. El equipo de ventas: análisis y planificación.
  - 2.1. El equipo de ventas: reclutamiento.
  - 2.2. El equipo de ventas: selección.
  - 2.3. El equipo de ventas. Formación (I): planificación.
    - 2.3.1. El equipo de ventas. Formación (II): organización y ejecución de la formación.
    - 2.3.2. El equipo de ventas. Formación (III): evaluación de la formación.
  - 2.4. El equipo de ventas: motivación.
  - 2.5. El equipo de ventas: remuneración.
  - 2.6. La oficina comercial (I): la importancia de la información comercial.
    - La oficina comercial (II): obtención de la información comercial.

- La oficina comercial (III): generación de informes y listados.
- 2.7. Atención de consultas de clientes.
- 2.8. Preparación de ofertas.
- 2.9. Preparación de visitas.
- 2.10. Realización de estudios y controles (I).
  - Realización de estudios y controles (II).
  - Realización de estudios y controles (III).
- 3. Sistemas de gestión y tratamiento de la información: técnicas de archivo. Naturaleza y finalidad.
  - 3.1. Ficheros maestros (I).
    - Ficheros maestros (II).
  - 3.2. La base de datos en el sistema de archivos.
- 4. Control de los procesos de venta: control de clientes. El ABC de clientes.
  - 4.1. Segmentación de mercados.
  - 4.2. Sistemas de información y bases de datos. Herramientas de gestión de la relación con el cliente: CRM.
  - 4.3. Reuniones y convenciones.

#### **U.T.4. Programación de la negociación del servicio de transporte**

- 1. Bases de la comunicación. Concepto y funciones.
  - 1.1. Elementos del proceso de comunicación.
  - 1.2. Instrumentos de la comunicación: en la comunicación interna.
  - 1.3. Instrumentos de la comunicación: en la comunicación externa.
  - 1.4. Planificación de la comunicación.
  - 1.5. La imagen corporativa.
- 2. La comunicación verbal y no verbal.
  - 2.1. La comunicación verbal: tipos de comunicación oral.
  - 2.2. La comunicación verbal: técnicas de comunicación oral. Objetivos.
  - 2.3. La comunicación verbal: técnicas de comunicación oral.

#### Recomendaciones.

- 2.4. La comunicación verbal: técnicas de comunicación oral. Normas básicas para hablar de forma correcta.
- 2.5. La comunicación verbal: habilidades sociales en la comunicación.
- 2.6. La comunicación verbal: entrenamiento para las habilidades sociales.
- 2.7. La comunicación telefónica.
- 2.8. Las barreras de la comunicación.
- 3. La comunicación escrita. Normas de comunicación y expresión escrita.
  - 3.1. Redacción de documentos utilizando procesadores de textos (I).
    - 3.1.1. Redacción de documentos utilizando procesadores de textos (II).
  - 3.2. Software para la realización de presentaciones.

- 3.3. Comunicación en las redes. Intranet/Internet.
4. La comunicación comercial: la relación con el cliente. La publicidad.
  - 4.1. La relación con el cliente: la publicidad.
  - 4.2. La relación con el cliente: la publicidad. Conceptos.
  - 4.3. La relación con el cliente: la promoción de ventas.
  - 4.4. La relación con el cliente: las relaciones públicas.
  - 4.5. La actitud del vendedor.
5. El proceso de negociación comercial en la venta de servicios: la preparación de la negociación.
  - 5.1. Estilos de vendedor.
  - 5.2. Tipologías de comprador.
  - 5.3. Estilos de venta.
  - 5.4. Las fases de la venta.
  - 5.5. El precio del transporte como elemento de negociación.
  - 5.6. El contrato de prestación de servicio.
  - 5.7. El contrato de prestación de servicio: características y cláusulas.

#### **U.T.5. Reclamaciones e incidencias en el servicio de transporte**

1. Reconocimiento de las necesidades del cliente/usuario: fundamentos teóricos.
  - 1.1. Reconocimiento de necesidades de clientes/usuarios: ¿cómo detectarlas? (I).
    - Reconocimiento de necesidades de clientes/usuarios: ¿cómo detectarlas? (II).
    - Reconocimiento de necesidades de clientes/usuarios: ¿cómo detectarlas? (III).
    - Reconocimiento de necesidades de clientes/usuarios: ¿cómo detectarlas? (IV).
2. Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente.
  - 2.1. Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
  - 2.2. Evaluación y control del servicio (I).
    - Evaluación y control del servicio (II).
3. Sistemas de gestión de la calidad.
  - 3.1. Sistemas de calidad más importantes: ISO. Antecedentes históricos.
  - 3.2. Sistemas de calidad más importantes: ISO. ISO 9000. Evolución.
  - 3.3. Sistemas de calidad más importantes: familia ISO 9000.
  - 3.4. Sistemas de calidad más importantes: origen del Modelo EFQM de Calidad y Excelencia.
  - 3.5. Sistemas de calidad más importantes: modelo EFQM de Calidad y Excelencia.
  - 3.6. Sistemas de calidad más importantes: la Normalización en España.
4. La atención al cliente.

- 4.1. El departamento de atención al cliente. Funciones. (I).
  - 4.1.1. El departamento de atención al cliente. Funciones. (II).
- 4.2. Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación. (I).
  - Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación. (II).
  - Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación. (III).
- 4.3. Elementos de una queja o reclamación.
- 4.4. Las fases de la resolución quejas y reclamaciones.
5. Tratamiento de las incidencias y reclamaciones.
  - 5.1. Tramitación y gestión. En la empresa.
  - 5.2. Tramitación y gestión. En la OMIC.
  - 5.3. Tramitación y gestión. En la JAC.
  - 5.4. Tramitación y gestión. En el Juzgado.
6. Instituciones y organismos de protección al consumidor.
  - 6.1. Derechos y deberes de los consumidores y usuarios I. Normativa que los regula. Ámbito Estatal.
  - 6.2. Derechos y deberes de los consumidores y usuarios II. Normativa que los regula. Ámbito Autonómico.

## 5. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.

El módulo de Comercialización del transporte y la logística tiene asignada una carga horaria de 132 horas, tal y como se recoge en la Orden ECD/80/2012, de 27 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Transporte y Logística en la Comunidad Autónoma de Cantabria (BOC 6 de julio),

En consonancia con los acuerdos de la Comisión de Coordinación Pedagógica del Centro, los contenidos del módulo se repartirán a lo largo de un curso escolar. Su reparto se realizará del siguiente modo:

**Módulo Profesional:** COMERCIALIZACIÓN DEL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA

**Modalidad:** Distancia

CALENDARIO DE PLANIFICACIÓN DE UNIDADES DEL CURSO 2021 -2022			
Unidades de trabajo	Horas necesarias	Fecha de inicio	Fecha de cierre
<b>U.T.1</b> Obtención de la información del mercado de servicios de transporte.	20	4 octubre 2021	7 noviembre 2021 (23:55 h)
<b>U.T.2</b> Bases para la promoción del servicio de transporte	18	8 noviembre 2021	12 diciembre 2021 (23:55 h)
<b>U.T.3</b> Planificación del proceso de venta del servicio de transporte	35	13 diciembre 2021	13 febrero 2022 (23:55 h)
<b>U.T.4</b> Programación de la negociación del servicio de transporte	35	14 febrero 2022	27 marzo 2022 (23:55 h)
<b>U.T.5</b> Reclamaciones e incidencias en el servicio de transporte	24	28 marzo 2022	8 mayo 2022 (23:55 h)

- Este calendario es orientativo y puede sufrir alguna modificación, que se notificará, a lo largo del curso.
- Las tareas de evaluación de cada unidad solo se podrán realizar entre los periodos de inicio y cierre de cada unidad, no aceptándose su entrega fuera de plazo.
- Existirán dos exámenes presenciales parciales voluntarios, que serán liberatorios:
  - Unidades 1 y 2 entre el 31 de enero y el 4 de febrero.
  - Unidades 3, 4 y 5 entre el 16 y el 20 de mayo.
- La prueba presencial de la 1ª evaluación final está prevista del 30 de mayo al 3 de junio y será obligatoria para aquellos alumnos que no hayan liberado materia en los exámenes parciales voluntarios y quieran superar el módulo en esta convocatoria.
- La prueba presencial de la 2ª evaluación final está prevista del 13 al 17 de junio, será obligatoria para los alumnos que tengan pendiente una parte o la materia en su totalidad y quieran superar el módulo. Incluirá el contenido completo del módulo.



## 6. ENFOQUES DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS.

Se utilizará el sistema de tutoría telemática continua a través de la plataforma, que consistirá en orientar al alumno de forma individual y proporcionarle el apoyo académico necesario en los procesos de aprendizaje. También se aplicará una metodología basada en el autoaprendizaje colaborativo.

El alumno tiene obligación de estar “activo” en la plataforma durante el curso como requisito indispensable para el autoaprendizaje tutorado por el profesor, que es la metodología básica del funcionamiento docente de los cursos a distancia desarrollados en la Plataforma A-Distancia de la Consejería de Educación de la Comunidad de Cantabria.

Las actividades de evaluación on-line (exámenes y tareas) permiten al alumno conocer el grado de adquisición de los conocimientos de cada unidad. La participación en los foros y el uso de otras herramientas de comunicación implementadas en la plataforma son muy útiles para interactuar con profesores y alumnos, y resolver dudas, hacer sugerencias estar informado de asuntos relacionados con los estudios, etc.

Estas actividades online son evaluadas y tenidas en consideración en la calificación final del curso.

Las actividades de cada unidad solo podrán realizarse durante el período de tiempo en el que la unidad permanece abierta (ver calendario de apertura y cierre de las unidades). Los alumnos podrán seguir consultando durante todo el curso los materiales de estudio de las unidades (completa y guiada) después de que hayan sido cerradas.

Sólo es obligatorio realizar un examen presencial final si no se ha liberado materia en los parciales voluntarios.

La planificación de las actividades del proceso de enseñanza-aprendizaje, en cuanto a su selección, organización y secuenciación, en cada unidad de trabajo, constituye el elemento esencial, en la elaboración y desarrollo del currículo del módulo profesional.

## 7. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

Tal y como se recoge en el Proyecto Curricular de la Familia Profesional de Comercio y Marketing del IES Las Llamas, la diversidad del alumnado en los ciclos formativos de nuestro centro viene en su mayor parte determinada por su distinta procedencia académica o profesional. También hay, aunque muy pocos casos, 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:

- Si se trata de alumnado con alta capacidad intelectual que presenta 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 haya realizado correctamente las tareas generales propuestas.

- Si se trata de alumnado con dificultades para alcanzar los resultados de aprendizaje, 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.

- En caso de concurrir en algún alumno la circunstancia de discapacidad física, se realizarían las adaptaciones necesarias en relación a los recursos y equipamientos del centro o la creación de materiales.
- Si concurre algún alumno con discapacidad sensorial, se requerirá el apoyo del Departamento de Orientación para realizar una correcta adaptación curricular individual y no significativa.

### **8. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.**

En el tratamiento didáctico de esta materia se utilizarán los materiales digitales ubicados en la plataforma de educación a distancia: <http://www.fpadistancia.educantabria.es>.

Para seguir correctamente las actividades de este módulo será imprescindible el disponer de una línea de Internet, así como de un ordenador de mesa o portátil dotado del siguiente software:

- Windows 7 (o superior)
- Navegador web (Internet Explorer, Firefox, Chrome)
- Procesador de textos (MS Word, LibreOffice Writer)
- Hoja de cálculo (MS Excel, LibreOffice Calc)
- Gestor de bases de datos (MS Access, LibreOffice Base)
- Lector de pdf (Adobe Acrobat Reader)
- Descompresor de ficheros (Winzip, Winrar, etc.)
- Reproductor multimedia (VLC Player)

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

Al tratarse de un módulo formativo a distancia, será únicamente necesaria la utilización de un aula polivalente cuando se convoquen tutorías presenciales. El aula concreta será determinada por la jefatura de estudios en función de la disponibilidad en la fecha de la tutoría y será comunicada a los alumnos a través de los foros de la plataforma.

También será necesaria la utilización de un aula o del salón de actos para realizar los exámenes presenciales del módulo profesional. Debido al número de alumnos con el que cuenta el módulo los exámenes se desarrollarán principalmente en el salón de actos del centro o en varias aulas para en cualquier caso cumplir con el protocolo COVID-19 establecido.

## **10. 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.

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

Debido al carácter de formación a distancia del módulo no se han planteado actividades complementarias ni extraescolares.

## **12. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.**

Debido al carácter de formación a distancia del módulo, se utilizarán los siguientes instrumentos para la evaluación del aprendizaje:

a) Realización de pruebas (exámenes) presenciales: consistirán en la resolución de casos prácticos y la respuesta a una serie de preguntas teóricas de tipo abierto o test. El contenido podrá incluir cualquier asunto que haya sido impartido en el módulo hasta ese momento. Se valorarán de 1 a 10 puntos. En cada examen se indicará la importancia porcentual de cada parte, así como el mínimo que se exigirá en cada una de las partes para calcular la nota de la prueba.

a. Existirán dos pruebas presenciales parciales voluntarias, que será liberatorias:

- Parcial voluntario 1: unidades 1 y 2 entre el 31 de enero y el 4 de febrero.
- Parcial voluntario 2: unidades 3, 4 y 5 entre el 16 y el 20 de mayo.

b. Se realizará una prueba presencial final, 1ª evaluación final, entre los días 30 de mayo al 3 de junio. Será obligatoria para aquellos alumnos que tengan pendiente una parte o la materia en su totalidad, por no haber liberado materia en los exámenes parciales voluntarios o no haberse presentado a ellos y quieran superar el módulo en esta convocatoria.

En este examen presencial los alumnos solo se examinarán de los contenidos del módulo que tengan pendiente de aprobar.

c. Se realizará la prueba presencial final de la 2ª evaluación final, del 13 al 17 de junio, será obligatoria para los alumnos que tengan pendiente una parte o la materia en su totalidad y quieran superar el módulo. Incluirá el contenido completo del módulo.

b) Tareas de evaluación on-line: las tareas serán entregadas directamente a través de la plataforma fpaDistancia. Únicamente podrán ser presentadas durante las fechas solicitadas. No podrán ser enviadas por ningún otro medio (email, papel, etc.) en ningún caso. Pueden consistir tanto en la realización de ejercicios o la respuesta a preguntas abiertas, así como en la realización de cuestionarios donde el alumno tiene que llegar a obtener un resultado válido a partir de una serie de variables.

c) Exámenes de evaluación on-line: los exámenes serán realizados directamente a través de la plataforma fpaDistancia. Únicamente podrán ser realizados durante las fechas solicitadas. No podrán ser enviados por ningún otro medio (email, papel, etc.) en ningún caso.

### **13. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.**

El alumnado dispone de dos convocatorias para superar el módulo: 1ª evaluación final que se realiza a principios de junio y 2ª evaluación final que se realizará a mediados de junio

#### **1ª evaluación final.**

Esta convocatoria se podrá aprobar mediante dos pruebas parciales voluntarias o mediante una prueba final a final de curso.

#### **Pruebas presenciales voluntarias.**

Existirán dos pruebas presenciales parciales voluntarias:

- Primer parcial. Unidades 1 y 2 entre el 31 de enero y el 4 de febrero.
- Segundo parcial. Unidades 3, 4 y 5 entre el 16 y el 20 de mayo.

**La calificación de cada alumno en cada uno de los parciales se elaborará en base a la suma de las siguientes ponderaciones:**

- **La nota de las pruebas presenciales realizadas durante el curso: 80%.**
- **La nota de los exámenes online: 5%**
- **La nota de las tareas online: 15%**

La nota final del módulo se obtendrá mediante la media aritmética de los 2 parciales, siempre que en los dos casos se haya obtenido más de un 5 de calificación total.

#### **1ª evaluación final.**

Aquellos alumnos que no se hayan presentado o no hayan superado las dos pruebas parciales voluntarias estarán obligados a realizar una prueba presencial entre el 30 de mayo al 3 de junio, para

poder superar el módulo, que incluirá todos los contenidos del módulo que no hayan liberado en los dos parciales voluntarios.

Los alumnos que hayan superado las dos pruebas parciales voluntarias obteniendo una calificación superior a 5 en todas ellas tendrán superado el módulo y no es necesario que se presenten a esta prueba.

En esta prueba final la calificación se elaborará en base a las siguientes ponderaciones:

La nota de la prueba presencial final: 80%.

La nota de los exámenes online: 5%

La nota de las tareas online: 15%.

Exámenes online: la plataforma realiza la auto calificación con valores comprendidos entre cero y diez puntos. Cada pregunta tiene un valor de 0 a 1 punto. La valoración final es la media aritmética de las calificaciones obtenidas en todos los controles.

Tareas online: las tareas serán entregadas a través de la plataforma fpaDistancia, únicamente pudiendo ser presentadas durante las fechas solicitadas. La valoración final será la media aritmética de las calificaciones obtenidas en todas las tareas que componen el curso.

La nota final del módulo se obtiene aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Nota final} = (\text{C.E.P.} \times 0,80) + (\text{C.TAR.} \times 0,15) + (\text{C.E.ON.} \times 0,05)$$

C.E.P = Calificación del examen presencial

C.TAR. = Calificación de las tareas de evaluación on-line

C.E.ON. = Calificación de los exámenes on-line

### **2ª evaluación final.**

En caso de suspender la 1ª evaluación final, el alumno podrá acudir a la 2ª evaluación final que se celebrará entre el 13 y 17 de junio, con un examen que incluirá toda la materia del módulo, que ponderará el 80% de la calificación de la convocatoria de junio. El 20% restante será, igual que en la 1ª evaluación final, el resultado de las tareas de evaluación on-line (15%) y de los exámenes on-line (5%), realizados a lo largo del curso escolar.

Solo se evaluará a los alumnos que se presenten al examen presencial.

### **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 de la familia de Comercio y Marketing y cuyo contenido es el siguiente:

## FRAUDES EN LAS PRUEBAS Y PROCESOS DE EVALUACIÓN ACADÉMICA

### PRÁCTICAS CONSIDERADAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN ACADÉMICA

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES “Las Llamas” las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.
5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.
6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.
7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.
8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.
9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.
10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.

13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.

14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

### CONSECUENCIAS DE LA COMISIÓN DE PRÁCTICAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.

## 14. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.

El Real Decreto 1572/2011, de 4 de noviembre (BOE del 13 de diciembre), por el que se establece el Título de Técnico Superior en Transporte y Logística y se fijan sus enseñanzas mínimas enumera los aspectos curriculares mínimos para superar el módulo.

Obtención de la información del mercado de servicios de transporte:

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

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.

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.

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.

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.

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.

## 15. TEMAS TRANSVERSALES.

En el Proyecto Curricular de la familia profesional de Comercio y Marketing del I.E.S. Las Llamas establece la interacción intercultural, la solidaridad, la reciprocidad y la cooperación como fundamentos de la acción educativa dentro de sus orientaciones para incorporar la educación en valores.

Los principios que debemos cumplir con nuestra actividad docente son:

- Promover la formación para la democracia, el diálogo y la convivencia pacífica.
- Concebir la educación como un proceso de comunicación y favorecer las relaciones entre familias, entorno y centro y promover un pensamiento creativo e innovador.
- La educación es un proceso de formación integral de la persona. El centro es una institución que ayuda a la formación personal, al desarrollo de competencias, habilidades y conocimientos.
- Promover el respeto hacia sí mismo y hacia el medio social, cultural y natural en su diversidad, dentro de una concepción democrática es una exigencia de carácter institucional.

Aprender a vivir juntos aprender a convivir, además de constituir una finalidad esencial de la educación, representa uno de los principales retos para los sistemas educativos actuales. Son muchas las razones



que hacen que este aprendizaje se considere no solo valioso en sí mismo, sino imprescindible para la construcción de una sociedad más democrática, más solidaria y más pacífica.

## **16. CONCRECIÓN DE LOS PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS DEL CENTRO, RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DEL CURRÍCULO.**

Dentro de los proyectos existentes en el IES Las Llamas para los ciclos formativos, el Programa Start Innova y el programa Erasmus+, se considera de enorme importancia para el módulo profesional y para el ciclo formativo el programa Erasmus+.

El Erasmus+ es una de las acciones clave, Acción Clave 1: Movilidad de las personas por motivos de Aprendizaje que gestiona el Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE).

Las becas Erasmus en Formación Profesional consisten en realizar el módulo de Formación en Centros de Trabajo (FCT) en un país de la Unión Europea. Las prácticas se realizan en empresas de la Unión Europea durante un periodo aproximado de trece semanas.

Las becas Erasmus pueden ser solicitadas por los alumnos matriculados en el último curso de un ciclo formativo de grado superior de un centro de Formación Profesional que posea carta Erasmus válida para el periodo correspondiente.

El I.E.S. Las Llamas posee carta Erasmus para sus ciclos formativos, por ello y dada la enorme importancia del conocimiento de idiomas para desempeñar la labor profesional en el comercio internacional, se informará a los alumnos de la existencia del programa y se animará a que, aquellos interesados, soliciten y realicen la Formación en Centros de Trabajo en algún país de la Unión Europea.

La preparación para realizar las prácticas a través del Programa Erasmus+ servirá como motivación para que los alumnos mejoren sus competencias en idiomas, cuyo manejo es clave en el ámbito del transporte y la logística a nivel internacional.

## **17. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE.**

El plan de evaluación de la práctica docente deberá incluir los siguientes elementos:

- a) La adecuación de los objetivos, contenidos y criterios de evaluación a las características y necesidades de los alumnos.
- b) Los aprendizajes logrados por el alumnado.
- c) Las medidas de individualización de la enseñanza con especial atención a las medidas de apoyo y refuerzo utilizadas.

- d) La programación y su desarrollo y, en particular, las estrategias de enseñanza, los procedimientos de evaluación del alumnado, la organización del aula y el aprovechamiento de los recursos del centro.
- e) La idoneidad de la metodología y de los materiales curriculares.
- f) La coordinación con el resto de los profesores de cada grupo y en el seno del departamento.

**Indicadores respecto a mi práctica docente.**

Se considerarán los siguientes aspectos:

**a) La adecuación de los objetivos, contenidos y criterios de evaluación a las características y necesidades de los alumnos.**

- Se han adecuado los objetivos y contenidos a las características y necesidades de los alumnos.
- Se han adecuado los criterios de evaluación a las características del alumnado.

**b) Los aprendizajes logrados por el alumnado.**

- Grado de adquisición de los resultados de aprendizaje.
- Porcentaje de alumnos, (calculado con los que realmente tienen actividad en la plataforma), que supera positivamente el módulo.
- Grado de conocimientos alcanzado cuantificado por notas, (cálculo de nota media con los alumnos que realmente asisten) ( $\leq 4$  5 6 7 8 9 10).
- Evolución respecto a la evaluación anterior.

**c) Las medidas de individualización de la enseñanza con especial atención a las medidas de apoyo y refuerzo utilizadas.**

- ¿Se han adoptado medidas de apoyo o refuerzo individualizadas?

**d) La programación y su desarrollo** y en particular, las estrategias de enseñanza, los procedimientos de evaluación del alumnado, la organización del aula y el aprovechamiento de los recursos del centro.

- ¿Se han desarrollado la totalidad de los contenidos que figuran en la programación? Motivos o causas.
- ¿Se han aplicado los procedimientos de evaluación contemplados en la programación? Motivos o causas.
- Grado de acierto en la organización del aula y el aprovechamiento de los recursos del centro  
¿La organización del aula ha sido la adecuada? Motivos o causas.
- ¿Los recursos del centro han sido aprovechados de manera óptima? Motivos o causas.

**e) La idoneidad de la metodología y de los materiales curriculares.** Grado de idoneidad de la metodología utilizada para la adquisición de capacidades terminales

- ¿La metodología utilizada ha facilitado la adquisición de los resultados de aprendizaje? Motivos o causas.
- ¿Han sido adecuados y suficientes los materiales curriculares? Motivos o causas.

**f) La coordinación con el resto de profesores** de cada grupo/ciclo y en el seno del departamento.

- ¿Ha existido coordinación entre los profesores del Ciclo Formativo?

**Evaluación de la práctica docente por parte del alumnado.**

A la finalización del curso escolar se pondrá a disposición del alumnado una encuesta en la que se preguntará a los alumnos tanto por los contenidos de la plataforma como por la labor de la práctica docente realizada.

**Indicadores respecto al alumno.**

a) Evaluación de la calidad del trabajo realizado.

El alumno deberá dar respuesta a un cuestionario como el siguiente:

**ESCALA DE OBSERVACIÓN.**

Módulo profesional:	Curso:
Profesor/a:	Fecha:

Valoración: señalando con una X, de 1 a 4 -siendo 1 la calificación más baja y 4 la más alta- de los siguientes aspectos.

	1	2	3	4
1. Hago siempre los trabajos que mi profesor/a me indica.				
2. Entrego mis trabajos según las indicaciones dadas por el profesor/a y en la fecha acordada.				
3. Participo activamente (aporto ideas, ayudo a resolver problemas, realizo mi parte de las actividades) en los trabajos propuestos en equipo.				
4. Pregunto al profesor/a los temas que no llego a entender.				
5. Dedico parte de mi tiempo libre para pedir ayuda al profesor/a.				
6. Estoy satisfecho/a con mi trabajo.				
7. Las calificaciones obtenidas en mis evaluaciones son justas.				

b) Evaluación de la actitud frente al trabajo.

El alumno deberá dar respuesta a un cuestionario como el siguiente:

**ESCALA DE OBSERVACIÓN.**

Módulo profesional:	Curso:
Profesor/a:	Fecha:

Valoración: señalando con una X, de 1 a 4 -siendo 1 la calificación más baja y 4 la más alta- de los siguientes aspectos.

	1	2	3	4
1. Entro en la plataforma Adistancia y trabajo el módulo de forma regular.				
2. Considero mi preparación previa suficiente para seguir este módulo.				
3. Llevo al día el estudio de este módulo.				
4. Resuelvo las dudas preguntando en la plataforma Adistancia o en tutorías.				
5. Entiendo las explicaciones.				
6. Entiendo los criterios de evaluación y calificación.				
7. Pongo atención a las explicaciones.				
8. Me siento atendido por el profesor.				
9. Mis calificaciones se corresponden a mi esfuerzo y trabajo.				
10. Me parece interesante este módulo para mi formación.				
11. Me siento satisfecho con lo aprendido.				

## 18. HOJA INFORMATIVA PARA EL ALUMNADO.



Hoja informativa para el alumnado del módulo profesional: 0624 Comercialización del transporte y la logística

Ciclo Formativo de Grado Superior de Transporte y Logística a distancia

Curso 2021 – 2022

---

M<sup>a</sup> Blanca Martínez Pérez

Comercio y Marketing

IES Las Llamas

Santander

Índice.

1. Unidades didácticas del módulo profesional.....	47
2. Distribución temporal.....	47
3. Resultados de aprendizaje.....	49
4. Procedimientos e instrumentos de evaluación del aprendizaje.....	49
5. Criterios de calificación.....	50
6. Aspectos curriculares mínimos para superar el módulo.....	53
7. Materiales y recursos didácticos.....	54

## **1. UNIDADES DIDÁCTICAS DEL MÓDULO PROFESIONAL.**

**U.T.1** Obtención de la información del mercado de servicios de transporte.

**U.T.2** Bases para la promoción del servicio de transporte

**U.T.3** Planificación del proceso de venta del servicio de transporte

**U.T.4** Programación de la negociación del servicio de transporte

**U.T.5** Reclamaciones e incidencias en el servicio de transporte

## **2. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.**

El módulo de Comercialización del transporte y la logística tiene asignada una carga horaria de 132 horas, tal y como se recoge en la Orden ECD/80/2012, de 27 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Transporte y Logística en la Comunidad Autónoma de Cantabria (BOC 6 de julio),

En consonancia con los acuerdos de la Comisión de Coordinación Pedagógica del Centro, los contenidos del módulo se repartirán a lo largo de un curso escolar. Su reparto se realizará del siguiente modo:

**Módulo Profesional:** COMERCIALIZACIÓN DEL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA

**Modalidad:** Distancia

CALENDARIO DE PLANIFICACIÓN DE UNIDADES DEL CURSO 2021 -2022			
Unidades de trabajo	Horas necesarias	Fecha de inicio	Fecha de cierre
<b>U.T.1</b> Obtención de la información del mercado de servicios de transporte.	20	4 octubre 2021	7 noviembre 2021 (23:55 h)
<b>U.T.2</b> Bases para la promoción del servicio de transporte	18	8 noviembre 2021	12 diciembre 2021 (23:55 h)
<b>U.T.3</b> Planificación del proceso de venta del servicio de transporte	35	13 diciembre 2021	13 febrero 2022 (23:55 h)
<b>U.T.4</b> Programación de la negociación del servicio de transporte	35	14 febrero 2022	27 marzo 2022 (23:55 h)
<b>U.T.5</b> Reclamaciones e incidencias en el servicio de transporte	24	28 marzo 2022	8 mayo 2022 (23:55 h)

- Este calendario es orientativo y puede sufrir alguna modificación, que se notificará, a lo largo del curso.
- Las tareas de evaluación de cada unidad solo se podrán realizar entre los periodos de inicio y cierre de cada unidad, no aceptándose su entrega fuera de plazo.
- Existirán dos exámenes presenciales parciales voluntarios, que serán liberatorios:
  - Unidades 1 y 2 entre el 31 de enero y el 4 de febrero.
  - Unidades 3, 4 y 5 entre el 16 y el 20 de mayo.
- La prueba presencial de la 1ª evaluación final está prevista del 30 de mayo al 3 de junio y será obligatoria para aquellos alumnos que no hayan liberado materia en los exámenes parciales voluntarios y quieran superar el módulo en esta convocatoria.
- La prueba presencial de la 2ª evaluación final está prevista del 13 al 17 de junio, será obligatoria para los alumnos que tengan pendiente una parte o la materia en su totalidad y quieran superar el módulo. Incluirá el contenido completo del módulo.



### 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE.

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

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

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

RA 4. Caracteriza la negociación de las condiciones del servicio transporte, aplicando técnicas de comunicación y negociación, de acuerdo con la responsabilidad asignada.

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.

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.

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

Debido al carácter de formación a distancia del módulo, se utilizarán los siguientes instrumentos para la evaluación del aprendizaje:

a) Realización de pruebas (exámenes) presenciales: consistirán en la resolución de casos prácticos y la respuesta a una serie de preguntas teóricas de tipo abierto o test. El contenido podrá incluir cualquier asunto que haya sido impartido en el módulo hasta ese momento. Se valorarán de 1 a 10 puntos. En cada examen se indicará la importancia porcentual de cada parte, así como el mínimo que se exigirá en cada una de las partes para calcular la nota de la prueba.

a. Existirán dos pruebas presenciales parciales voluntarias, que será liberatorias:

- Parcial voluntario 1: unidades 1 y 2 entre el 31 de enero y el 4 de febrero.
- Parcial voluntario 2: unidades 3, 4 y 5 entre el 16 y el 20 de mayo.

b. Se realizará una prueba presencial final, 1ª evaluación final, entre los días 30 de mayo al 3 de junio. Será obligatoria para aquellos alumnos que tengan pendiente una parte o la materia en su totalidad, por no haber liberado materia en los exámenes parciales voluntarios o no haberse presentado a ellos y quieran superar el módulo en esta convocatoria.

En este examen presencial los alumnos solo se examinarán de los contenidos del módulo que tengan pendiente de aprobar.

c. Se realizará la prueba presencial final de la 2ª evaluación final, del 13 al 17 de junio, será obligatoria para los alumnos que tengan pendiente una parte o la materia en su totalidad y quieran superar el módulo. Incluirá el contenido completo del módulo.

b) Tareas de evaluación on-line: las tareas serán entregadas directamente a través de la plataforma fpaDistancia. Únicamente podrán ser presentadas durante las fechas solicitadas. No podrán ser enviadas por ningún otro medio (email, papel, etc.) en ningún caso. Pueden consistir tanto en la realización de ejercicios o la respuesta a preguntas abiertas, así como en la realización de cuestionarios donde el alumno tiene que llegar a obtener un resultado válido a partir de una serie de variables.

c) Exámenes de evaluación on-line: los exámenes serán realizados directamente a través de la plataforma fpaDistancia. Únicamente podrán ser realizados durante las fechas solicitadas. No podrán ser enviados por ningún otro medio (email, papel, etc.) en ningún caso.

## 5. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

El alumnado dispone de dos convocatorias para superar el módulo: 1ª evaluación final que se realiza a principios de junio y 2º evaluación final que se realizará a mediados de junio

### 1ª evaluación final.

Esta convocatoria se podrá aprobar mediante dos pruebas parciales voluntarias o mediante una prueba final a final de curso.

#### Pruebas presenciales voluntarias.

Existirán dos pruebas presenciales parciales voluntarias:

- Primer parcial. Unidades 1 y 2 entre el 31 de enero y el 4 de febrero.
- Segundo parcial. Unidades 3, 4 y 5 entre el 16 y el 20 de mayo

**La calificación de cada alumno en cada uno de los parciales se elaborará en base a la suma de las siguientes ponderaciones:**

- **La nota de las pruebas presenciales realizadas durante el curso: 80%.**
- **La nota de los exámenes online: 5%**
- **La nota de las tareas online: 15%**

La nota final del módulo se obtendrá mediante la media aritmética de los 2 parciales, siempre que en los dos casos se haya obtenido más de un 5 de calificación total.

### 1ª evaluación final.

Aquellos alumnos que no se hayan presentado o no hayan superado las dos pruebas parciales voluntarias estarán obligados a realizar una prueba presencial entre el 30 de mayo al 3 de junio, para poder superar el módulo, que incluirá todos los contenidos del módulo que no hayan liberado en los dos parciales voluntarios.

Los alumnos que hayan superado las dos pruebas parciales voluntarias obteniendo una calificación superior a 5 en todas ellas tendrán superado el módulo y no es necesario que se presenten a esta prueba.

En esta prueba final la calificación se elaborará en base a las siguientes ponderaciones:

La nota de la prueba presencial final: 80%.

La nota de los exámenes online: 5%

La nota de las tareas online: 15%.

Exámenes online: la plataforma realiza la auto calificación con valores comprendidos entre cero y diez puntos. Cada pregunta tiene un valor de 0 a 1 punto. La valoración final es la media aritmética de las calificaciones obtenidas en todos los controles.

Tareas online: las tareas serán entregadas a través de la plataforma fpaDistancia, únicamente pudiendo ser presentadas durante las fechas solicitadas. La valoración final será la media aritmética de las calificaciones obtenidas en todas las tareas que componen el curso.

La nota final del módulo se obtiene aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Nota final} = (\text{C.E.P.} \times 0,80) + (\text{C.TAR.} \times 0,15) + (\text{C.E.ON.} \times 0,05)$$

C.E.P = Calificación del examen presencial

C.TAR. = Calificación de las tareas de evaluación on-line

C.E.ON. = Calificación de los exámenes on-line

### **2ª evaluación final.**

En caso de suspender la 1ª evaluación final, el alumno podrá acudir a la 2ª evaluación final que se celebrará entre el 13 y 17 de junio, con un examen que incluirá toda la materia del módulo, que ponderará el 80% de la calificación de la convocatoria de junio. El 20% restante será, igual que en la 1ª evaluación final, el resultado de las tareas de evaluación on-line (15%) y de los exámenes on-line (5%), realizados a lo largo del curso escolar.

Solo se evaluará a los alumnos que se presenten al examen presencial.

### **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 de la familia de Comercio y Marketing y cuyo contenido es el siguiente:

FRAUDES EN LAS PRUEBAS Y PROCESOS DE EVALUACIÓN ACADÉMICA

PRÁCTICAS CONSIDERADAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN ACADÉMICA

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES "Las Llamas" las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.
5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.
6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.
7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.
8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.
9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.
10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.
13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.

14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

### CONSECUENCIAS DE LA COMISIÓN DE PRÁCTICAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.

## 6. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.

El Real Decreto 1572/2011, de 4 de noviembre (BOE del 13 de diciembre), por el que se establece el Título de Técnico Superior en Transporte y Logística y se fijan sus enseñanzas mínimas enumera los aspectos curriculares mínimos para superar el módulo.

Obtención de la información del mercado de servicios de transporte:

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

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.

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.

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.

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.

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.

## 7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

En el tratamiento didáctico de esta materia se utilizarán los materiales digitales ubicados en la plataforma de educación a distancia: <http://www.fpadistancia.educantabria.es>.

Para seguir correctamente las actividades de este módulo será imprescindible el disponer de una línea de Internet, así como de un ordenador de mesa o portátil dotado del siguiente software:

- Windows 7 (o superior)
- Navegador web (Internet Explorer, Firefox, Chrome)
- Procesador de textos (MS Word, LibreOffice Writer)
- Hoja de cálculo (MS Excel, LibreOffice Calc)
- Gestor de bases de datos (MS Access, LibreOffice Base)
- Lector de pdf (Adobe Acrobat Reader)
- Descompresor de ficheros (Winzip, Winrar, etc.)
- Reproductor multimedia (VLC Player)