IES MIGUEL ROMERO ESTEO – MÁLAGA. DEPARTAMENTO COMERCIO Y MARKETING

Programación del módulo

Comercialización del Transporte y la Logística

CURSO 2026/2027

Ciclo formativo: Transporte y Logística
Grupo: 2TYL
Nº 0624
Horas totales: 140
Horas a la semana: 4
Profesor/a: Natalia Machuca Caro
Fecha de Entrega: octubre 2026
Fecha de revisiones:

Índice de la programación.¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

1. Competencias. 3
   1.1. Competencia general del título: 3
   1.2. Unidades de competencia asociadas al módulo. 3
   1.3. Competencias profesionales y de empleabilidad 3
2. Objetivos generales asociados al módulo. 5
   2.1. Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje. 7
3. Metodología, materiales y recursos didácticos utilizados. 8
   3.1. Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje. 8
   3.2. Materiales y recursos didácticos utilizados. 9
4. Evaluación criterial de las competencias. Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación. 10
   4.1. Relación de unidades y resultados de aprendizaje. 12
   4.2. Resultados de aprendizaje. 14

Relación de empresas y actividades: 21

   4.3. Actividades refuerzo y mejora de las competencias para la mejora de la calificación y superación de los módulos pendientes de evaluación positiva. 21
   4.4. Instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a evaluación continua. 21
5. Incorporación de los contenidos de carácter transversal al currículo. 21
6. Medidas de atención a la diversidad y alumnado con N.E.A.E. 22
7. Actividades complementarias y extraescolares relacionadas con este módulo. 24
8. Autoevaluación. 24

1. Competencias.

1.1. Competencia general del título:

- Orden de 11 de marzo de 2013, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Transporte y Logística.

- 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

Artículo 4 del RD. 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.

1.2. Unidades de competencia asociadas al módulo.

- UC1422_3: Comercializar servicios de transporte por carretera.
- UC1425_3: Gestionar las relaciones con clientes y seguimiento de operaciones de transporte por carretera.

1.3. Competencias profesionales y de empleabilidad

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales y de empleabilidad del Título de Técnico Superior en Transporte y Logística 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.

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.

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.

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. Objetivos generales asociados al módulo.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

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.
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 publico 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.
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.
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.

2.1. Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje.

Objetivos Generales	RA	UNIDADES DIDÁCTICAS
d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v), w), x), z), aa), ab) y ac).	1	UD1:"Análisis del mercado de servicios de transporte"
d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v), w), x), z), aa), ab) y ac).	2	UD2:"Promoción del servicio de transporte"
d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v), w), x), z), aa), ab) y ac).	3	UD3:"Planificación del proceso de venta del servicio de transporte"
d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v), w), x), z), aa), ab) y ac).	4	UD4:"Negociación del servicio de transporte"
d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v), w), x), z), aa), ab) y ac).	5	UD5:"Gestión de las relaciones con los clientes"
d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v), w), x), z), aa), ab) y ac).	6	UD 6:"Resolución de las reclamaciones e incidencias con los clientes y usuarios del servicio de transporte "

3. Metodología, materiales y recursos didácticos utilizados.

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 la empresa.
- Organización del departamento comercial y del 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.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican en:
- En la comercialización del servicio de logística y transporte de mercancías y/o viajeros.
- En la atención al cliente en empresas de logística y transporte de mercancías y/o viajeros.

Los métodos seleccionados para impartir la docencia son:
- Método expositivo. Se utilizará en aquellos casos en los que se pretenda transmitir conocimientos y activar procesos cognitivos en el estudiante, sin embargo, se evitará que sea una clase plenamente unidireccional y se procurará favorecer la participación de los alumnos. Se utilizarán presentaciones y recursos audiovisuales para motivar al alumnado y hacer la clase más atractiva.
- Utilizar estrategias que favorezcan el espíritu emprendedor a través de actividades que potencien la creatividad, la iniciativa y la capacidad de investigación e innovación.
- Aprendizaje basado en problemas. Técnica didáctica basada en el autoaprendizaje y en el desarrollo del pensamiento crítico. El objetivo es que los estudiantes analicen y resuelvan un problema planteado en forma de escenario para el logro de ciertos objetivos de aprendizaje.

Se espera que los estudiantes puedan elaborar un diagnóstico de sus necesidades de aprendizaje, asícomo que comprendan la importancia del trabajo colaborativo.
- Utilizar estrategias que favorezcan el espíritu emprendedor a través de actividades que potencien la creatividad, la iniciativa y la capacidad de investigación e innovación.

3.1. Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje.

El proceso de enseñanza-aprendizaje que se diseñe deberá asentarse en la creación de actividades que permitan, en todo caso, alcanzar los objetivos siguientes:

- Que los resultados de aprendizaje resulten significativos, integrando la teoría y la práctica como elementos inseparables del lenguaje técnico y del propio proceso de enseñanza-aprendizaje, facilitando el progreso formativo y la asimilación de las distintas capacidades vinculadas a la competencia profesional específica del módulo profesional Comercialización del Transporte y la Logística, orientado desde lo más general a lo más concreto y de lo más simple a lo más complejo.
- Que permita la consecución de las capacidades profesionales, derivadas del perfil profesional del título, de forma satisfactoria.
- Que resulten motivadoras para el alumnado, estimulando su coparticipación en el propio proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Permitirán al alumno el conocimiento de su nivel de competencia inicial en relación con los contenidos del aprendizaje y valorar sus necesidades y posibilidades para adquirirlos.
- Han de ser adaptadas al nivel de desarrollo, estilo de aprendizaje y ritmo de trabajo de los alumnos.
- Aprovecharán los conocimientos previos del alumno y contribuirán al desarrollo de aprendizajes funcionales.
- Favorecerán la autonomía del alumno, la capacidad de aprender por símismos, la seguridad en el trabajo, la capacidad del trabajo en equipo y el desarrollo de habilidades cognitivas.

TIPOS DE ACTIVIDADES:

Algunas de las actividades que voy a aplicar en el aula son:

- De iniciación: actividades encaminadas a averiguar las ideas previas y conocimientos previos sobre el tema y a motivar a los estudiantes. Al inicio del curso se realizará una actividad introductoria donde se potenciará la visión creativa de los estudiantes en relación con la Comercialización del Transporte y la Logística.
- De desarrollo: ya que el objetivo es trabajar los contenidos tratados, se harán de forma paralela a las explicaciones, de modo que se ponga en práctica lo aprendido mediante actividades.
- De refuerzo y/o recuperación: la función de estas actividades es evaluar los contenidos pendientes de evaluación positiva. La realizarán únicamente los estudiantes que no hayan conseguido los aprendizajes previstos, o que, de forma voluntaria, deseen realizarlas.
- De evaluación: son las pruebas que se realizan para evaluar al alumnado. No solo es importante la evaluación hacia los estudiantes, sino también evaluar nuestra función como docentes para poder añadir propuestas de mejora y mejorar como profesionales. Para ello, se realizará, como mínimo, un examen trimestral y diferentes actividades que nos permitan ser conocedores de si se han alcanzado los diferentes Criterios de Evaluación.

3.2. Materiales y recursos didácticos utilizados.

La función fundamental de los recursos didácticos es facilitar el aprendizaje, estableciendo un contacto entre el sujeto y la realidad.
A los alumnos se les facilitará todo tipo de material de apoyo para la correcta interpretación de los temas a impartir, incluyéndose entre los mismos: fotocopias de libros, de textos legales, guías, fotocopias de casos prácticos, etc. Además, será necesario contar con equipos informáticos con acceso a internet. De este modo, elaboramos la siguiente distinción:

RECURSOSIMPRESOS	**Material reprográfico facilitado por la profesora, apuntes tomados en clase, textos legales**
INFORMÁTICOS	**Ordenadores con acceso a internet, proyectores, Moodle**
AUDIOVISUALES	**Vídeos explicativos**
OTROS	**Pizarra, rotuladores**

Vemos la importancia de incluir las denominadas “nuevas tecnologías” a lo largo del proceso enseñanza-aprendizaje, pues se han integrado en todos los ámbitos de la sociedad, por lo que es indispensable formar a los estudiantes en este ámbito.

4. Evaluación criterial de las competencias. Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación.

En las siguientes tablas se desarrolla el sistema de evaluación de esta programación, dentro del marco legal de la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Se establecerán tres tipos de evaluación:

- Evaluación inicial: Refleja la situación de partida del alumnado y quedará recogido en Séneca. En este año cobrará especial atención detectar el alumnado con brecha digital.
- Dos sesiones de evaluación parcial: Indicará si se están alcanzando los objetivos educativos, y si hay que introducir correcciones. Se realizará trimestralmente. (una sesión para los grados E)
- Dos evaluaciones finales: Recogerá la situación alcanzada tras las actividades propuestas al finalizar el curso escolar. También recogerá el resultado final de los R.A. Constara

La calificación de la última evaluación previa a la evaluación final FP informará del resultado final del módulo, entendiéndose que una calificación positiva conlleva la

superación de todos los resultados de aprendizaje y por consiguiente la superación del módulo.

Tal y como establece el artículo 2.4 de la citada Orden, en virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, en la modalidad presencial y en la parte presencial de la modalidad semipresencial, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado.

Cuando los resultados de aprendizaje se adquieran tanto en el centro docente como en la empresa u organismo equiparado, la evaluación será responsabilidad del personal docente o, en su caso, de la persona experta. En este último supuesto, la evaluación se llevará a cabo conjuntamente con la persona titular de la jefatura de departamento correspondiente o la persona titular de la dirección del centro. La persona encargada de la tutoría dual de empresa colaborará en la evaluación mediante la valoración cualitativa de las actividades desarrolladas en la empresa u organismo equiparado vinculadas a los resultados de aprendizaje que se hayan trabajado conjuntamente entre centro de formación y la empresa u organismo equiparado.

De acuerdo con la orden 18/09/2025 de Evaluación en su disposición transitoria primera, El alumnado de segundo que repita curso o haya promocionado con módulos pendientes de primer curso dispondrá hasta la finalización del curso escolar 2026/2027 para completar los estudios iniciados en el marco del Real Decreto 1147/2011, de 29 de 00326109 julio, pudiendo emplear este último curso escolar exclusivamente para cursar los módulos de Formación en Centros de Trabajo y, en su caso, proyecto.

En este periodo, los módulos no superados no tendrán horario lectivo y contarán con un plan personalizado de recuperación. Todo ello, según establezca el departamento de la familia de Comercio y Marketing considerando las necesidades del centro docente. **Estos módulos se evaluarán mediante pruebas finales de evaluación.**

Para poder realizar la formación en empresa, el alumnado debe de haber superado los resultados de aprendizaje correspondientes a la prevención de riesgos laborales, así como los relativos al módulo de Itinerario Personal para la Empleabilidad I.

4.1. Relación de unidades y resultados de aprendizaje.

Unidad	Nombre	RA	CE	Instrumentos
1	"Análisis del mercado de servicios de transporte"	1(17%)	a),b),c), d),e),f), g), h)	Trabajo en el aula Actividades Exposición oral Prueba objetiva
2	"Promoción del servicio de transporte"	2(17%)	a),b),c), d),e),f), g), h)	Trabajo en el aula Actividades Exposición oral Prueba objetiva
3	"Planificación del proceso de venta del servicio de transporte"	3(17%)	a),b),c), d),e),f), g),h),i)	Trabajo en el aula Actividades Exposición oral Prueba objetiva
4	**"Negociación del servicio de transporte"**	4(16%)	a),b),c), d),e),f), g), h)	Trabajo en el aula Actividades Exposición oral Prueba objetiva
5	**"Gestión de las relaciónes con los clientes"**	5 (16,5%)	a),b),c), d),e),f),g)	DUAL
6	**"Resolución de las reclamaciones e incidencias con los cliente y usuarios del servicio de transporte"**	6 (16,5%)	a),b),c), d),e),f), g), h)	Trabajo en el aula Actividades Exposición oral Prueba objetiva

Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación que van a ser usados por el departamento de comercio y marketing.

En las tablas se desarrollan los que van a ser usados por el docente en el módulo:

Actividad de evaluación	**Técnicas de evaluación**	**Instrumentos de evaluación**
Prueba escrita	Escrita	Plantilla corrección
Caso práctico	Ejecución práctica	Rúbricas

Exposición oral	Observación	Guía de Evaluación
Trabajo	Ejecución oral	Observación
Examen	Escrita	Solucionario

4.2. Resultados de aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	%	Unidad	Actividad/Instrumentos
1. Obtiene la información del mercado de servicios de transporte aplicando técnicas de estudio de mercados para la toma de decisiones.	**17**	**1**	**Trabajo en el aula Actividades Examen**

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 determinado los aspectos básicos de la normativa reguladora de la actividad económica del sector.
c) Se han analizado las variables que condicionan la evolución del mercado de transporte.
d) Se ha seleccionado 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 identificado los aspectos clave de la operativa y necesidades de los clientes de los servicios de transporte.
g) Se han diferenciado y segmentado los distintos tipos de clientes del servicio de transporte según su perfil y necesidades.
h) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento de la información y presentación de resultados.

Contenido

Obtención de la información del mercado de servicios de transporte:

- Marketing de los servicios
  - Importancia del sector servicios.
  - Marketing de productos y servicios. Características y diferencias.
- La calidad del servicio. Elementos. Control de calidad.
- La investigación comercial.
  - El mercado de servicios de transporte: oferta, demanda, tipos de variables. Agentes y organismos implicados. Normativa.
  - Fuentes de información. Observatorios, revistas especializadas, asociaciones empresariales, otras fuentes.
  - Técnicas de investigación comercial.
  - Segmentación del mercado. Tipos de clientes y mercancías.
  - Estudios cualitativos, cuantitativos, cálculo de previsiones.
  - Aplicaciones informáticas.

Evaluación: 1ª

Objetivos generales: d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v),w),x),z),aa),ab)y ac).

RESULTADO DE APRENDIZAJE	%	Unidad	Actividad/Instrumentos
2. Establece las bases para la promoción del servicio de transporte utilizando técnicas de marketing.	17	2	**Trabajo en el aula** **Actividades** **Examen**

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 seleccionado las variables de «marketing-mix» en función de distintos tipos de servicios de transporte y distintos tipos de clientes.
c) Se han determinado los medios y acciones para la promoción de distintos tipos de 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 más relevante de los servicios de transporte 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.

Contenido:

Bases para la promoción del servicio de transporte:

- Política de productos. Elementos que influyen en la políticas de políticas de productos y servicios. Diseño de servicios de transporte. Estrategias de servicio.
- Elementos constitutivos del precio de venta. Tarifas, costes, descuentos, márgenes entre otros. Estrategias de precios.
- Políticas de comunicación en el marketing de servicios. Difusión y promoción del servicio de transporte. Técnicas de promoción y publicidad. Elección de los medios y acciones publicitarias más adecuados. Comunicaciones comerciales con clientes. Marketing directo, relacional y online entre otros.
- Políticas de distribución. Puntos de venta, localización del servicio, cobertura del mercado, intermediarios.
- El Marketing Mix del servicio de transporte. Selección y combinación de variables y estrategias según distintos tipos de transporte y clientes.
- Información de la empresa en la red. Aplicaciones informáticas de gestión de relaciones con clientes. CRM entre otras.

Evaluación: 1º

Objetivos generales: d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v),w),x),z),aa),ab)y ac).

RESULTADO DE APRENDIZAJE	%	Unidad	Actividad/Instrumento
3. Planifica el proceso de venta del servicio de transporte organizando la cartera de clientes y aplicando técnicas de venta.	**17**	**3**	**Trabajo en el aula Actividades Exposición oral Examen**
CRITERIOS DE EVALUACIÓN			
a) Se han identificado las características y necesidades del cliente. b) Se ha organizado 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.			

Contenido:

Planificación del proceso de venta del servicio de transporte:

- Características de los distintos tipos de clientes. Identificación de las necesidades.
- Planes de venta. Objetivos. Variables implicadas.
- El equipo de ventas. Técnicas de venta. Organización del departamento de comercialización y de la cartera de clientes. Planificación de actuaciones comerciales y de procesos de presentación a concursos de contratación, entre otros.
- Sistemas de gestión y tratamiento de la información. Técnicas de archivo, bases de datos, ficheros maestros de clientes, agencias y otros. Programas de gestión comercial.
- Control de los procesos de venta. Control ABC de clientes, de ratios, gastos y otros.
- Acciones correctoras.
- Sistemas de gestión y tratamiento de la información. Técnicas de archivo, bases de datos, ficheros maestros de clientes, agencias y otros. Programas de gestión comercial.
- Control de los procesos de venta. Control ABC de clientes, de ratios, gastos y otros. Acciones correctoras.

Evaluación: 1ª

Objetivos generales: d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v),w),x),z),aa),ab)y ac).

RESULTADO DE APRENDIZAJE	%	Unidad	Actividad/Instrumentos
4. Programa la negociación del servicio de transporte, aplicando técnicas de comunicación y negociación, de acuerdo con la responsabilidad asignada.	**16**	**4**	**Trabajo en el aula Actividades Exposición oral Examen**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

a) Se han establecido los parámetros para la elaboración de un presupuesto de prestación de servicios.
b) Se ha elaborado un presupuesto de prestación de servicio de transporte.
c) Se han caracterizado la venta y la negociación.
d) Se han aplicado técnicas de comunicación en el proceso de negociación con clientes.
e) Se han aplicado técnicas y estrategias de negociación.
f) Se han diferenciado las fases del proceso de negociación de la venta del servicio.
g) Se han determinado las condiciones de la prestación del servicio de transporte de mercancías o viajeros.
h) Se ha redactado el contrato de prestación del servicio de transporte.

Contenido:

Programación de la negociación del servicio de transporte:

- Bases de la comunicación. Concepto y elementos de la comunicación. Concepto de negociación.
- La comunicación en la empresa. Técnicas de comunicación. Comunicación interna y externa.
  - Comunicación verbal y no verbal.
  - La comunicación escrita. Elaboración de presupuestos y condiciones de contratación. Parámetros para elaborar presupuestos de contratación.
  - La comunicación comercial. Relación con clientes y proveedores. Reuniones y entrevistas. Argumentación de ventas.
- El proceso de negociación comercial en la venta de servicios.
  - La negociación comercial del servicio de transporte. Fases, técnicas y estrategias.
  - Precio final de la oferta. Alternativas en las condiciones de pago y contratación. Condiciones de la prestación del servicio.
  - El contrato de prestación del servicio de transporte. Elaboración y redacción. Documentación comercial. Normativa aplicable.

Evaluación:2ª

Objetivos generales: d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v),w),x),z),aa),ab)yac).

RESULTADO DE APRENDIZAJE	%	Unidad	Actividad/Instrumentos
5. Define las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de acuerdo a criterios de calidad haciendo el seguimiento de las operaciones de transporte.	**16,5**	**5**	**DUAL**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

a) Se ha valorado la importancia de la calidad en la prestación del servicio para la empresa y el usuario.
b) Se han determinado los factores que influyen en la valoración del servicio prestado al cliente y/o usuario.
c) Se han establecido los criterios e indicadores relevantes para la prestación de un servicio de calidad en el transporte.
d) Se han seguido los protocolos establecidos para el seguimiento de la prestación del servicio.
e) Se han detectado las incidencias producidas en la prestación del servicio de transporte de mercancías y/o viajeros.

f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.
g) Se han utilizado sistemas de información y comunicación en la relación con el cliente.

Contenido:

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.
  - Atención e información al cliente de forma presencial, mediante formularios oficiales o por medios electrónicos.
  - Aplicaciones de seguimiento de las operaciones GPS y otras. Protocolos de atención al cliente.
  - Sistemas de gestión de calidad. Aplicaciones informáticas de gestión de relaciones con clientes. CRM entre otras.
- La calidad en la prestación del servicio de transporte.
  - Medida de la satisfacción del cliente/usuario.
  - Capacidad de satisfacción de las necesidades del cliente.
  - Percepción de la calidad en la prestación del servicio.
  - Incidencias en la prestación del servicio. Gestión adecuada de anomalías e incidencias.

Evaluación: 2ª

Objetivos generales: d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v),w),x),z),aa),ab)yac).

RESULTADO DE APRENDIZAJE	%	Unidad	Actividad/Instrumentos
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.	**16,5**	**6**	**Trabajo en el aula Actividades Exposición oral Examen**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

a) Se han delimitado las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
c) Se han distinguido 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 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 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.

Contenido:

Resolución de las reclamaciones e incidencias con los clientes y usuarios del servicio de transporte:

- La atención al cliente. Funciones del departamento de atención al cliente. Manual de calidad y protocolos de actuación.
- Tratamiento de las incidencias reclamaciones. Documentos de gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- Reclamaciones y denuncias. Normativa. Fases del procedimiento. Derechos y deberes de los consumidores y usuarios. Instituciones y organismos de protección al consumidor. La mediación y el arbitraje.

Evaluación: 3ª

Objetivos generales: d),k),l),m),n),ñ),o),p),t),u),v),w),x),z),aa),ab)y ac).

Relación de empresas y actividades:

Esta información quedará recogida en el Programa Formativo en empresa u organismo equiparado del Ciclo Formativo de Grado Superior en Transporte y Logística, que el profesorado elaborará en colaboración con las empresas implicadas en la modalidad DUAL.

4.3. Actividades refuerzo y mejora de las competencias para la mejora de la calificación y superación de los módulos pendientes de evaluación positiva.

En este apartado se recogen el procedimiento para aquellos alumnos/as que no hayan conseguido superar las competencias y resultados de aprendizaje para una evaluación positiva. Se elaborará un informe con los RRAA y las actividades no superadas y se entregará junto con el boletín de calificaciones a través de SÉNECA.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 24 de la orden 26/09/2025, las medidas de atención al alumnado cuya fase de formación en empresa u organismo equiparado se vea interrumpida o no realicen la FEOE, serán:

En el caso del RA5 “Define las relaciones con clientes y usuarios de los servicios de acuerdo a criterios de calidad haciendo el seguimiento de las operaciones de transporte” dualizado, se realizará un proyecto o examen de dicho RA durante el mes de junio.

Para aquellos alumnos que su formación en empresa no se haya visto completada se contemplan las siguientes actividades para completar su formación: Proyectos o examen.

El periodo previsto para realizar las actividades se realizará en las fechas siguientes y se organizará como se recoge a continuación: Durante el mes de junio.

4.4. Instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a evaluación continua.

El porcentaje de faltas de asistencia, justificadas e injustificadas, que originan la **imposibilidad de aplicación de los instrumentos de evaluación ordinaria** se establece en el 20% del total de horas lectivas de todo el curso de la materia o módulo, según queda recogido en el Plan de Centro.

Para estos casos las competencias no superadas deberán alcanzarse con una prueba personalizada en función del alumno/a.

5. Incorporación de los contenidos de carácter

transversal al currículo.

Los elementos comunes o transversales deben impregnar la actividad docente y estar presentes en el aula de forma permanente, ya que se refieren a problemas y preocupaciones fundamentales de la sociedad. En este módulo se trabajarán los siguientes:

- **Conocimiento de las normativas vigentes** que se apliquen en los contenidos del módulo profesional.

- **Fomento de la lectura y de la expresión oral,** a través de lectura comprensiva de textos de libros, prensa diaria, prensa especializada, informes, anuarios. Que se realizará prácticamente en todas las unidades.

- **Uso de las TIC** el alumno debe utilizar las tecnologías de la información y la comunicación para la realización de actividades en las distintas unidades didácticas o de trabajo (utilización de buscadores, uso de páginas Webs, y otros)

Educación en valores, tales como:

- Educación moral y cívica.
- Educación para la paz y la convivencia.
- Educación del consumidor.
- Educación para la igualdad de oportunidades.
- Educación medioambiental.
- Educación para la salud.

6. Medidas de atención a la diversidad y alumnado con N.E.A.E.

Tras la evaluación inicial y siguiendo las recomendaciones del departamento de Orientación, se implementarán algunas de las siguientes medidas propuestas, con el fin de atender a los diferentes ritmos de aprendizaje, se flexibilizarán determinadas entregas de actividades, y se realizará mayor hincapié en la organización y temporalización de aquel alumnado que presente dificultades tanto respecto a contenidos esenciales del módulo como a la carencia de habilidades tecnológicas.

En el artículo 3 de la orden 18/09/2025 se establece que:

g) La adecuación de las actividades formativas y de los procedimientos de evaluación cuando el ciclo formativo o curso de especialización vaya a ser cursado por alumnado que presente discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo, conforme a lo establecido en el artículo 2.10 de esta orden.

h) La incorporación de ajustes razonables específicos para el alumnado con discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo en relación con el acceso al currículo.

Para estos alumnos se determinan las siguientes medidas generales:

- Tipos de actividades y tareas
  - Aprendizaje basado en proyectos
  - Metodologías didácticas basadas en el trabajo cooperativo en grupos heterogéneos.
  - Actividades de refuerzo educativo diferentes a las del resto.
  - Proporcionar al alumno/a las mismas actividades que al resto, pero adaptadas (simplificar enunciados).

- Formas de acceso a la información.
  - (Se corresponde con la Metodología DUA, recogida en la normativa de aplicación)
  - Se proporcionará la información al alumno/a atendiendo al canal de procesamiento preferente (visual, auditivo...). Esto se puede concretar en lo siguiente:
    - Utilización de "apoyo visual" para complementar las explicaciones y facilitar la compresión (imágenes, esquemas, mapas conceptuales, pictogramas, organizadores de contenido...)
    - Incorporación en Moodle de pequeños audios de voz que resumen lo explicado en clase para permitir al alumno/a su reproducción en casa.
    - Incorporación en Moodle de videos que ayuden a clarificar los conceptos trabajados

- Recursos didácticos
  - Facilitar al alumno/a un glosario de términos de la unidad didáctica
  - Libro de texto
  - Cuadernos de atención a la diversidad
  - Cuadernos de refuerzo o material específico
  - Aquellas medidas recogidas como “formas de acceso a la información” en el apartado anterior (apoyo visual, vídeos y/o audios en Moodle. ..)
  - Agrupamientos, distribución de espacios y tiempos.
  - Tutoría entre iguales: seguimiento y apoyo por parte de un compañero/a competente.
  - Más tiempo para la realización de las tareas
  - Más tiempo para la realización de las pruebas.

- Instrumentos de evaluación.
  - Seguimiento a través de Moodle.

- Valoración de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes realizados por el alumno/a.
- Presentación de los enunciados de forma gráfica o en imágenes, además del texto escrito, para facilitar la comprensión.
- Selección de aspectos relevantes y esenciales del contenido que se pretende que el alumno/a aprenda. Realización de una prueba con lo básico, pero sin modificar criterios de evaluación, competencias y/o resultados de aprendizaje.
- Sustitución de una prueba escrita por una oral.
- Segmentación de la prueba en dos o varias partes, realizando cada parte en días diferentes.

7. Actividades complementarias y extraescolares relacionadas con este módulo.

Se realizarán las actividades aprobadas por el departamento para este curso escolar.
En relación con el módulo de Comercialización del Transporte y la Logística, se asistirá a las charlas que organicen profesores con algunas empresas privadas para actualizar contenidos con el alumnado, relacionado directamente con su entorno laboral. Las charlas también pueden ser organizadas por ICEX, Cámara de Comercio, etc.
Además de la visita al Puerto de Algeciras en el 2º trimestre.

8. Autoevaluación.

El mecanismo utilizado para evaluar la práctica docente por el alumnado, consistirá en confeccionar un cuestionario donde se le solicita al alumnado valorar la actividad del profesor y realizar propuestas de mejora. Los indicadores a tener en cuenta son:

- El profesor organiza bien las actividades realizadas en clase.
- Explica con seguridad, claridad y resalta los contenidos importantes.
- Se interesa por la comprensión de sus explicaciones por parte de todo el alumnado.
- Destaca ejemplos reales que relaciona con los contenidos del módulo.
- Fomenta una comunicación fluida y buen clima de trabajo y participación.
- Utiliza recursos adecuados para la materia tratada y que facilitan el aprendizaje.
- Las actividades desarrolladas (teóricas, prácticas, de trabajo individual, en grupo,...) están contribuyendo a alcanzar los objetivos del módulo.
- Consigue motivar al alumnado para que se interesen por el módulo.
- Grado de satisfacción con la labor docente del profesor.

Los valores arrojados por estos indicadores me permitirán conocer si el proceso de enseñanza-aprendizaje, materializado a través de la programación, nos lleva a alcanzar

los objetivos propuestos, esto es, el alumnado adquiere las competencias profesionales, personales y sociales asociadas al módulo. Con ello puedo identificar los aspectos en los que se debe actuar.

Octubre 2026