

CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR.

AUTOMOCION



MODULO 10:

0309

TECNICAS DE COMUNICACIÓN Y DE RELACIONES

CURSO: 2020-2021

Profesor: Francisco Ismael Sánchez Falcón

INDICE

COMPETENCIA GENERAL.....	3
COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.....	3
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	4
OBJETIVOS GENERALES	6
CONTENIDOS BÁSICOS	6
Técnicas de comunicación	7
Atención al cliente	7
Transmisión de imagen de empresa.....	7
Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias	8
Control de calidad de los servicios	8
ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS	8
TEMPORALIZACIÓN.....	9
CRITERIOS DE EVALUACION.....	9
METODOLOGÍA DIDACTICA	9
PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION	10
SISTEMA DE RECUPERACION.....	10
CRITERIOS DE CALIFICACION	10
MATERIALES TEXTO Y RECURSOS DIDÁCTICOS	11

La contribución a la competencia general y a las competencias profesionales, personales y sociales, los objetivos expresados en términos de resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y las orientaciones pedagógicas de este módulo profesional son los definidos en el Real Decreto 1796/2008.

COMPETENCIA GENERAL

La competencia general de este título consiste en organizar, programar y supervisar la ejecución de las operaciones de mantenimiento y su logística en el sector de automoción, diagnosticando averías en casos complejos, y garantizando el cumplimiento de las especificaciones establecidas por la normativa y por el fabricante del vehículo.

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias a), b), c), e), h), i), j) y k) del título.

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Obtener un prediagnóstico de los problemas de funcionamiento de los vehículos para elaborar la orden de trabajo correspondiente.**
- b) Realizar el diagnóstico de averías de un vehículo, seleccionando y operando los medios y equipos necesarios y siguiendo un orden lógico de operaciones.**
- c) Realizar tasaciones y elaboración de presupuestos en el área de carrocería y electromecánica.**
- d) Planificar los procesos de mantenimiento en un taller de reparación de vehículos, haciendo que se cumplan los métodos y tiempos establecidos.
- e) Gestionar el área de recambios de vehículos, teniendo en cuenta las existencias en función de las variables de compra y venta.**
- f) Definir las características que deben cumplir plantillas de trabajo y utillajes necesarios en operaciones de mantenimiento para proceder al diseño de los mismos.
- g) Programar el mantenimiento de grandes flotas de vehículos para obtener la máxima operatividad de las mismas.
- h) Organizar los programas de mantenimiento de las instalaciones y equipos que componen el taller de reparación de vehículos en el sector de automoción.**
- i) Administrar y gestionar un taller de mantenimiento de vehículos, conociendo y cumpliendo las obligaciones legales.**
- j) Gestionar la limpieza y el orden en el lugar de trabajo cumpliendo los requisitos de salud laboral y de impacto medioambiental.**
- k) Efectuar consultas, dirigiéndose a la persona adecuada y saber respetar la autonomía de los subordinados, informando cuando sea conveniente.**
- l) Mantener el espíritu de innovación y actualización en el ámbito de su trabajo para adaptarse a los cambios tecnológicos y organizativos de su entorno profesional.
- m) Liderar situaciones colectivas que se puedan producir, mediando en conflictos personales y laborales, contribuyendo al establecimiento de un ambiente de trabajo agradable, actuando en todo momento de forma sincera, respetuosa y tolerante.
- n) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos.
- ñ) Resolver problemas y tomar decisiones individuales, siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.
- o) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de las relaciones laborales, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.
- p) Gestionar su carrera profesional, analizando las oportunidades de empleo, autoempleo y de aprendizaje.

TMVS01 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y DE RELACIONES

q) Participar de forma activa en la vida económica, social y cultural con actitud crítica y responsable.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
1. Aplica técnicas de comunicación analizando las características y posibilidades de las mismas.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado las diferentes técnicas de comunicación, sus ventajas y limitaciones. b) Se han descrito las características de los distintos canales de comunicación. c) Se han definido los parámetros que caracterizan la atención adecuada en función del canal de comunicación utilizado. d) Se han descrito las técnicas más utilizadas de comunicación según los diferentes canales de comunicación. e) Se han identificado los errores más habituales en la comunicación. f) Se ha definido los parámetros para controlar la claridad y precisión en la transmisión y recepción de la información. g) Se ha valorado la importancia del lenguaje no verbal en la comunicación presencial. h) Se han adaptado la actitud y el discurso a la situación de que se parte. i) Se han identificado los elementos fundamentales en la comunicación oral.
2. Atiende posibles clientes, relacionando sus necesidades con las características del servicio o producto.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado los objetivos de una correcta atención al cliente. b) Se han caracterizado los diferentes tipos de clientes. c) Se han clasificado y caracterizado las distintas etapas de un proceso de comunicación. d) Se ha analizado, en su caso, la información histórica del cliente. e) Se ha interpretado el comportamiento del cliente. f) Se han identificado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente. g) Se ha observado la forma y actitud adecuada en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. h) Se han valorado las interferencias que dificultan la comunicación con el cliente. i) Se han descrito las actitudes positivas hacia los clientes, en la acogida y en la despedida.
3. Transmite la imagen de negocio relacionándola con las características y objetivos de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado las herramientas y elementos básicos de marketing. b) Se ha definido el concepto de imagen de la empresa. c) Se han relacionado diferentes organigramas de funcionamiento con los objetivos y características del servicio. d) Se han identificado las formulas de cortesía y de tratamiento protocolario. e) Se ha valorado la necesidad de transmitir una información diversa y precisa.

TMVS01 TECNICAS DE COMUNICACIÓN Y DE RELACIONES

	<p>f) Se han descrito los elementos fundamentales para transmitir en la comunicación telefónica la imagen adecuada de la empresa.</p> <p>g) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para transmitir los objetivos de la empresa.</p> <p>h) Se han aplicado las normas de seguridad y confidencialidad que se deben respetar en las comunicaciones.</p> <p>i) Se han descrito las técnicas para proporcionar una información exacta y adecuada.</p>
<p>4. Gestiona quejas, reclamaciones y sugerencias analizando el problema e identificando la legislación aplicable.</p>	<p>a) Se han definido los conceptos formales y no formales de quejas, reclamaciones y sugerencias.</p> <p>b) Se han reconocido los principales motivos de quejas de clientes en las empresas de mantenimiento de vehículos.</p> <p>c) Se han jerarquizado en función del tipo de organización los canales de presentación de reclamaciones.</p> <p>d) Se han establecido las fases a seguir en la gestión de quejas y reclamaciones en su ámbito de competencia.</p> <p>e) Se ha aplicado la normativa legal vigente en el proceso de resolución de reclamaciones de clientes.</p> <p>f) Se ha valorado la importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continua.</p> <p>g) Se han definido los puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones.</p> <p>h) Se ha valorado la importancia de observar una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en el proceso.</p>
<p>5. Controla la calidad del servicio prestado, analizando el grado de satisfacción de los posibles clientes.</p>	<p>a) Se han descrito las incidencias comunes en los procesos de atención al cliente en empresas de mantenimiento de vehículos.</p> <p>b) Se ha definido el concepto de calidad y sus implicaciones en la atención al cliente.</p> <p>c) Se han identificado los factores que influyen en la calidad de prestación del servicio.</p> <p>d) Se ha obtenido información de los clientes para conocer sus necesidades y demandas.</p> <p>e) Se ha relacionado la calidad de servicio con la fidelización del cliente.</p> <p>f) Se ha analizado las características del servicio prestado, comparándolas con las necesidades de los clientes.</p> <p>g) Se han descrito los métodos de evaluación de la eficiencia en la prestación del servicio.</p> <p>h) Se han propuesto posibles medidas de resolución ante problemas tipo de atención al cliente en empresas de mantenimiento de vehículos.</p> <p>i) Se han presentado conclusiones a través de informes a cerca de la satisfacción de los clientes, aportando medidas que puedan optimizar la calidad del servicio.</p> <p>j) Se ha transmitido el departamento correspondiente los defectos detectados en el producto o servicio para mejorar su calidad.</p>

OBJETIVOS GENERALES

Son los recogidos en el REAL DECRETO 1796/2008, de 3 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Automoción en el artículo 9. La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), j), k), del ciclo formativo.

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

a) Interpretar la información y en general todo el lenguaje simbólico, asociado a las operaciones de mantenimiento y reparación de vehículos, equipos y aperos para obtener un prediagnóstico de reparación.

b) Analizar los sistemas del vehículo, con objeto de determinar averías utilizando técnicas de diagnóstico, proponiendo soluciones para la reparación de las mismas.

c) Interpretar y aplicar técnicas de medición a la carrocería, bastidor, cabina, para determinar deformaciones de las mismas y proponer los procesos de reparación.

d) Identificar las operaciones y los medios necesarios para planificar los procesos de mantenimiento y conformado de elementos metálicos, sintéticos y estructurales.

e) Analizar procesos de protección, igualación y embellecimiento de superficies, con objeto de determinar el mantenimiento o reparación que es preciso efectuar, estableciendo las operaciones necesarias para llevarlo a cabo.

f) Interpretar la sintomatología planteada en el funcionamiento de los motores y sus sistemas auxiliares para determinar los procesos de mantenimiento y reparación de los mismos.

g) Interpretar las anomalías de funcionamiento y la desviación de parámetros planteada en el funcionamiento del tren de rodaje y de transmisión de fuerzas para organizar los procesos de mantenimiento de los mismos.

h) Analizar los sistemas eléctricos y electrónicos del vehículo, para planificar su mantenimiento y proponer los procesos de reparación.

i) Definir los parámetros que hay que controlar para obtener la máxima operatividad de grandes flotas para planificar el mantenimiento programado de las mismas.

j) Analizar las variables de compra y venta teniendo en cuenta las existencias en almacén para gestionar el área de recambios.

k) Identificar las actividades y los medios necesarios para llevar a cabo operaciones de mantenimiento utilizando las informaciones y soportes necesarios para efectuar tasaciones y confeccionar presupuestos de reparación.

l) Interpretar las normas de seguridad laboral y medioambiental según la normativa vigente y documentación establecida para supervisar el cumplimiento de éstas.

m) Analizar la estructura jerárquica de la empresa, identificando los roles y responsabilidades de cada uno de los componentes del grupo de trabajo para organizar y coordinar el trabajo en equipo.

n) Valorar las actividades de trabajo en un proceso productivo, identificando su aportación al proceso global para participar activamente en los grupos de trabajo y conseguir los objetivos de la producción.

ñ) Identificar y valorar las oportunidades de aprendizaje y su relación con el mundo laboral, analizando las ofertas y demandas del mercado para mantener un espíritu de actualización e innovación.

o) Reconocer las oportunidades de negocio, identificando y analizando demandas del mercado para crear y gestionar una pequeña empresa.

p) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, analizando el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

CONTENIDOS BÁSICOS

TMVS01 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y DE RELACIONES

Los contenidos del Módulo Profesional 10: Técnicas de comunicación y de relaciones (Código: 0309) (DURACIÓN 40 HORAS)

Técnicas de comunicación

- Importancia de la información y comunicación.
- Comunicación: Concepto y objetivos.
- Tipos de comunicación: No verbal.
- Etapas y elementos de un proceso de comunicación: Emisor, receptor, canal, código, contexto, decodificación.
- Influencia de la tipología de las personas en la elección del canal de comunicación.
- Obstáculos y dificultades en la comunicación: barreras físicas, psicológicas, de percepción, código de racionalidad, arco de distorsión, estereotipos, prejuicios.
- Redes de comunicación, canales y medios.
- Modelo de comunicación interpersonal. Barreras y dificultades.
- Actitudes y técnicas para una comunicación oral efectiva: Importancia de la escucha activa, la actitud, el mensaje, las estrategias de exposición y comunicación asertiva. Pautas de conducta: La escucha y las preguntas.
- Comunicación no verbal: Lenguaje gestual, importancia, reglas básicas
- Comunicación escrita: Técnicas, requisitos, documentos principales, nuevas tecnologías.
- La comunicación generadora de comportamientos. Fuente de crecimiento y satisfacción personal. Herramienta de inteligencia emocional.
- Dinámicas que favorecen la comunicación en el trabajo. Lluvia de ideas, juegos de rol.
- Comunicación en el sector de las empresas de mantenimiento de vehículos.

Atención al cliente

- Mercado. Elementos que lo caracterizan.
- Concepto, características y tipos de clientes. Identificación de clientes externos e internos.
- Conocimiento del cliente. Aspectos generales y características propias del sector. Motivaciones del cliente. Necesidades, actitudes, motivaciones de compra, demanda de servicios, comportamiento, técnicas de recogida de información, información histórica del cliente.
- Técnicas de captación y fidelización del interlocutor. Asesoramiento, negociación, posventa.
- Comunicación con el cliente: Técnicas de estrategia de la relación y del estilo comunicativo. Tipos de comunicación. Lenguaje, voz, silencio, actitud, acogida, despedida, asertividad, lenguaje gestual. Verificación de la comprensión del mensaje o el grado de satisfacción, “feedback”.
- Atención y asesoramiento al cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- Técnicas de obtención de información complementaria.
- Obstáculos, interferencias en el proceso de venta. Solución de conflictos.
- Valoración de la venta. Satisfacción del cliente. Rectificación de errores.

Transmisión de imagen de empresa

- Empresa y “marketing” en la actividad económica: Elementos básicos (precio, producto, distribución y promoción). Influencia en la imagen de la empresa.
- Cultura e imagen empresarial. Normas, valores, procedimientos, innovación.
- Sistemas de organización de la empresa. Organigramas. Organización formal e informal.
- Establecimiento de canales de comunicación con el cliente, trato presencial como no presencial.
- Fórmulas de cortesía, tratamiento protocolario. Presentación. Imagen del empleado.
- Procedimiento de obtención y recogida de información. Técnicas y recursos.

TMVS01 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y DE RELACIONES

- Imagen corporativa: Puntos fuertes y detección de puntos débiles. Importancia de la imagen corporativa. Información a transmitir. Percepción e interpretación del cliente.
- Proceso comunicativo: Elementos, etapas, seguridad y confidencialidad.
- Empatía y asertividad.
- Procedimientos de transmisión de información dentro de la empresa. Tipos. Canales.
- Evaluación: Métodos para evaluar la atención al cliente, procedimiento, recursos.

Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias

- Quejas, reclamaciones y sugerencias. Importancia. Concepto formal e informal. Elementos.
- Insatisfacción del cliente. Principales motivos de quejas de clientes en empresas de mantenimiento de vehículos. Servicio posventa. Importancia en el sector.
- Formas y procedimientos de quejas, reclamaciones y sugerencias. Fases. Técnicas. Información al cliente de las mismas. Elementos de recogida de quejas y reclamaciones. Jerarquización de canales de presentación de reclamaciones.
- Fases de la gestión de las quejas, reclamaciones y sugerencias. Tratamiento. Resolución de reclamaciones.
- Conocimiento y aplicación de la normativa legal vigente. Comunicación al cliente.
- Manual corporativo de atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones: Puntos clave.
- Actitud proactiva de anticipación a las incidencias. Importancia. Medios y recursos.

Control de calidad de los servicios

- Características del servicio y factores de calidad.
- Modelos de calidad.
- Incidencias comunes en los procesos de atención al cliente en empresas de mantenimiento de vehículos.
- Control de calidad. Relación entre la calidad de servicio y la fidelización.
- Identificación de factores que influyen en la calidad de prestación del servicio.
- Necesidades y demandas de los clientes. Información de los clientes. Técnicas y herramientas. Documentos, comunicación oral.
- Análisis del servicio prestado en función de la satisfacción del cliente y sus necesidades.
- Evaluación de la eficiencia del servicio prestado: Técnicas, métodos e indicadores. Documentos o cuestionarios para medir el grado de satisfacción. Información al departamento correspondiente. Resolución de problemas, conclusiones y propuestas de mejora en la calidad de los servicios.
- Calidad y mejora continua.
- Procedimientos de control del servicio: Parámetros y técnicas de control.
- Métodos de optimización de la calidad del servicio prestado.

ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de atención al cliente realizando comunicaciones efectivas.

La atención al cliente incluye aspectos como:

- Establecimiento de comunicaciones por distintos canales.
- Obtención y transmisión de información al cliente.
- Transmisión de imagen de empresa.
- Elaboración de planes para la mejora de la calidad, gestión ambiental y satisfacción del cliente.

TMVS01 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y DE RELACIONES

- Compromisos y actuaciones para la fidelización de clientes.
- Procesos de gestión de quejas y reclamaciones.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Recepción de vehículos.
- Relación con el cliente.
- Ventas.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), j), k), del ciclo formativo y las competencias a), b), c), e), i), i), j) y k) del título.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- El establecimiento de comunicaciones efectivas.
- La aplicación de técnicas para la obtención y transmisión de información.
- La atención telefónica.
- La fidelización del cliente.
- Imagen corporativa.
- Gestión de reclamaciones.

TEMPORALIZACIÓN

El curso se divide en tres bloques coincidiendo con las evaluaciones parciales, donde se desarrollan las siguientes unidades didácticas:

OCTUBRE-DICIEMBRE

- Técnicas de comunicación
- Atención al cliente

ENERO-MARZO

- Transmisión de imagen de empresa
- Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias

ABRIL-JUNIO

- Control de la calidad de los servicios

CRITERIOS DE EVALUACION

La nota de la evaluación será la media de las notas de las pruebas realizadas según los procedimientos de evaluación, una vez superadas todas y redondeada al entero más cercano.

METODOLOGÍA DIDACTICA

La metodología empleada en la impartición de este modulo será:

- Explicación del tema por parte del profesor.
- Realización de pruebas y ejercicios por los alumnos.

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION

- Este Módulo se impartirá íntegramente en el Centro. Será evaluado al final del primer curso académico, sin perjuicio de las convocatorias posteriores que legalmente correspondan.
- La evaluación trimestral se realizará al final de cada trimestre coincidiendo el examen final de los contenidos recibidos en el centro educativo a finales del tercer trimestre.
- Los procedimientos de evaluación, consistirán en la realización de pruebas escritas y orales sobre los contenidos explicados.

SISTEMA DE RECUPERACION

Durante el curso escolar se realizaran pruebas escritas y practicas semejantes a las de evaluación a aquellos alumnos que no las hayan superado. Se emplearán los mismos criterios de calificación. En la prueba extraordinaria de junio el alumno realizara una prueba teórica de los contenidos mínimos exigibles.

CRITERIOS DE CALIFICACION

Los criterios de calificación adoptados por el Departamento son:

1. **Competencias profesionales. Pruebas teóricas y prácticas: 80%**
2. **Competencias sociales, personales: 20%**

Se considerará aprobado el módulo cuando en conjunto haya alcanzado 5,0. Todas las calificaciones se redondearán de tal forma que del 0,5 hacia arriba, incluido el propio 0,5, pasará al entero superior. De 0,5 hacia abajo se quedará con el dígito que sea la parte entera.

Un caso especial lo supone **el abandono de materia**, en este caso, de módulo. El “abandono de materia” ya lo tenemos recogido en nuestro RRI y en nuestras Concreciones curriculares de carácter general.

El Artículo 20 del Reglamento de Régimen Interior contempla, desde hace años, criterios restrictivos para la promoción o titulación de los alumnos, sin diferenciar las etapas en las que se encuentren matriculados:

- Las obligaciones por parte de los alumnos son:
 - Trabajar o aprovechar el tiempo en clase.
 - Traer el material necesario para el trabajo de clase.
 - La asistencia a clase.
 - No tener conductas gravemente perjudiciales para la convivencia.
- Se entiende que un alumno ha abandonado alguna materia cuando sus resultados académicos, en la evaluación final, **no superan la nota de 3** y, además, haya sido sancionado por escrito en esa materia, al menos **en 3 ocasiones**, por todos o alguno de los cuatro motivos anteriores. Además, se considerará abandono de una materia no presentarse a las pruebas extraordinarias de evaluación de junio. El abandono de materia tendrá consecuencias negativas en la promoción o, en su caso, titulación del alumno según se contempla en los Criterios y procedimientos para la promoción y titulación del alumnado de las Concreciones del currículo de carácter general, aprobadas por el Claustro.

MATERIALES TEXTO Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Los recursos didácticos empleados son:

Pizarra

- Proyector informatico, vídeo-DVD.
- Documentación y manuales técnicos.
- Fotocopias de documentación.

Este modulo no tiene asignado un texto en concreto.