IES MIGUEL ROMERO ESTEO – MÁLAGA. DEPARTAMENTO COMERCIO Y MARKETING

Programación del módulo

Organización de Equipos de Venta

CURSO 2026/2027

Ciclo formativo: Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales
Grupo: 2GVS
Nº 0928
Horas totales: 105
Horas a la semana: 3 (1 presencial)
Profesor/a: Silvia Parra Carballo
Fecha de Entrega: Octubre 2026
Fecha de revisiones:

Introducción.

La presente programación docente, para el módulo profesional de **Organización de Equipos de Ventas**, se desarrolla en base a la normativa vigente:

Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales:

- **El Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre,** BOE número 299, Martes 13 de diciembre de 2011, donde se establece el título y se fijan sus enseñanzas mínimas, y cuyo currículo se desarrolla en la Orden de 29 de Julio de 2015, BOJA 14 de Septiembre 2015.
- Anexos facilitados por la Dirección General de Formación Profesional y la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional que detalla el currículo del título.

Otras disposiciones:

- **Real Decreto 659/2023, de 18 de julio**, por el que se desarrolla la **ordenación del Sistema de Formación Profesional**.
- **Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025**, por el que se establece la **ordenación de las enseñanzas** de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- **Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo**, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado superior y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- **Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025**, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- **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.
- **Orden de 11 de febrero de 2026**, por la que se regula la oferta modular diferenciada de las enseñanzas de los grados D y E del sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía y se desarrolla el Catálogo Modular Andaluz de Formación Profesional.
- **Orden de 26 de septiembre de 2025**, por la que se regula la **fase de formación en empresa u organismo equiparado** de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- **Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente**, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- **Resolución de 24 de julio de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente** por la que se dictan instrucciones para determinar aspectos relativos a la distribución horaria y a la concreción curricular de las enseñanzas correspondientes a los grados D y E del sistema de Formación Profesional para el curso escolar 2026/2027 en la comunidad autónoma de Andalucía, conforme a lo dispuesto en el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del sistema de Formación Profesional.

Al tratarse de una **enseñanza online** se le ha dado bastante importancia a la información obtenida a través de Internet, por lo que se ofrece un listado de direcciones en donde se podrán ampliar los conocimientos adquiridos, o consultar alguna curiosidad, y a la vez trabajar en algunas de las actividades propuestas. Se recomienda realizar todas las actividades de autoevaluación para comprobar el grado de comprensión de los diversos conceptos, así como seguir todas las instrucciones del profesorado.

Cada una de las unidades didácticas presenta los **objetivos, criterios de evaluación y algunas orientaciones** sobre cómo trabajar la unidad y sobre los recursos para el desarrollo de las actividades.

En la **modalidad de enseñanza presencial**, a este módulo profesional le corresponden **84 horas de clase o lectivas (3 horas semanales)**. En esta modalidad a distancia no es posible indicar una dedicación horaria para cada módulo, ya que esto depende del alumno, entre otros condicionantes, pero puede ser interesante considerar este número de horas como una referencia relativa y utilizarlo para baremar y comparar el tiempo necesario para superar cada módulo. Debe tenerse en cuenta que los alumnos en la modalidad presencial, además de esas **3 horas semanales** de clase, deben dedicar también tiempo en casa para estudiar y hacer tareas, por lo que el tiempo requerido es sin duda mayor.

CONTEXTO

A la hora de elaborar la programación, es importante tener en cuenta el contexto sociocultural en el que se desarrollará el proceso de enseñanza-aprendizaje.

El IES Miguel Romero Esteo se encuentra situado en un barrio de Málaga de gran densidad de población, mayoritariamente de clase media, existiendo otro instituto de secundaria junto al nuestro.

No obstante, es necesario mencionar que los alumnos que cursan nuestro ciclo no son precisamente de nuestro entorno más cercano, sino que proceden de una amplia zona geográfica, principalmente de distintas zonas de Málaga capital y de municipios de la provincia. Un porcentaje menor procede de otras ciudades y municipios cercanos a Málaga.

El nivel de formación previo, en general, lo podemos considerar normal o superior ya que si bien la mayoría se incorporan con los estudios de bachiller, son también numerosos los que lo hacen con otros títulos de Formación Profesional Superior o desencantados del ámbito universitario que buscan incorporarse, a la mayor brevedad posible, al mercado laboral. También hay alumnos que después de un parón de varios años deciden retomar los estudios. El alumnado que presenta este perfil suelen tener más problemas para seguir la dinámica del curso tanto por la pérdida del hábito de estudio como por haber olvidado conceptos que son imprescindible en un ciclo superior.

Destacar también que una parte importante del alumnado que tenemos compagina la actividad docente con una actividad laboral. Precisamente, para este tipo de personas van dirigidos los ciclos semipresenciales, aunque también ahí reside el problema de que dicha actividad laboral le interfiere demasiado en sus estudios ya que suelen matricularse en más módulos de los que, objetivamente, podrían superar en el curso académico.

El ciclo se imparte en régimen nocturno y, por tanto, el ambiente en el centro es de personas adultas, lo que implica cierta homogeneidad en comportamiento, intereses, valores, etc, cuestiones que facilita bastante la convivencia y el normal desarrollo de la actividad de enseñanza-aprendizaje.

Este módulo del segundo curso del ciclo de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, tiene una duración de **105 horas** lectivas a razón de 3 horas semanales, dos de ellas en la modalidad a distancia y **una presencial en el centro educativo**.

1. Competencias, objetivos y resultados de aprendizaje.

El Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, que fija sus enseñanzas mínimas y cuyo currículo se desarrolla en la Orden de 29 de Julio de 2015, BOJA 14 de Septiembre 2015, establece las competencias, los objetivos generales y los resultados de aprendizaje que debe adquirir el alumnado con la realización de este módulo profesional, para dar respuesta al sistema productivo y alcanzar la unidad de competencia asociada, **Gestionar la fuerza de ventas y coordinar el equipo de comerciales,** la cual es imprescindible para la cualificación profesional del Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

Según el Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, el título **Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales** proporciona la siguiente **competencia general**:

"La competencia general de este título consiste en gestionar las operaciones comerciales de compraventa y distribución de productos y servicios, y organizar la implantación y animación de espacios comerciales según criterios de calidad, seguridad y prevención de riesgos, aplicando la normativa vigente".

Las competencias profesionales, personales y sociales, los objetivos, y los resultados del aprendizaje son los que se indican en los siguientes subapartados.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de organización, gestión y control de la fuerza de ventas que incluye aspectos como:

- Fijación de los objetivos, medios y estrategias para la ejecución del plan de ventas.
- Determinación del tamaño y estructura organizativa del equipo de comerciales.
- Determinación del número y frecuencia de las visitas que hay que realizar a los clientes.
- Asignación de zonas de venta, clientes o mercados a los vendedores.
- Diseño de rutas de venta y planificación de las visitas a clientes.
- Reclutamiento y selección del personal de ventas.
- Elaboración de planes de formación y perfeccionamiento de los comerciales.
- Motivación, incentivación y remuneración del personal de ventas.
- Evaluación y control del rendimiento y actuación del equipo de ventas.
  Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:
- La organización y dirección de equipos comerciales.
- La selección, formación, motivación y retribución de los vendedores.
- El desarrollo y ejecución del plan de ventas.
- La evaluación y control del equipo de ventas.

Este módulo profesional contribuye a alcanzar la competencia general y está asociado a los Estándares de competencia Profesional (Unidades de Competencia):

- UC1001_3: Gestionar la fuerza de ventas y coordinar al equipo de comerciales.

1.1. Competencias profesionales, personales y sociales.

Desglosamos las **Competencias Profesionales, Personales y Sociales** a las que contribuye este módulo profesional, según la Orden que lo regula, si bien a algunas de ellas se contribuye muy superficialmente y entran de lleno en el ámbito específico de otros módulos profesionales del ciclo.

Relación de **Competencias profesionales**, **personales y sociales**, respetando la letra con la que se relaciona en la Orden que regula el ciclo formativo de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en Andalucía:

- h) Gestionar la fuerza de ventas, realizando la selección, formación, motivación y remuneración de los vendedores, definiendo las estrategias y líneas de actuación comercial y organizando y supervisando los medios técnicos y humanos para alcanzar los objetivos de ventas.
- l) 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.
- m) 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.
- n) 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.
- ñ) 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.
- o) 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.
- p) 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.
- q) 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.
- r) 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.

1.2. Objetivos generales.

Desglosamos los **Objetivos Generales** a los que contribuye este módulo profesional, según la orden que lo regula, si bien a algunos de ellos se contribuye muy tangencialmente y entran de lleno en el ámbito específico de otros módulos profesionales del ciclo formativo.

Relación de **Objetivos generales del módulo**, respetando la letra con la que se relaciona en la Orden que regula el ciclo formativo de **GVEC** en Andalucía:

- i) Dimensionar el equipo de ventas, fijando los criterios de selección, formación, motivación y remuneración de los vendedores, liderando y organizando al equipo y estableciendo las medidas de seguimiento y control de su actuación comercial, para gestionar la fuerza de ventas.
- o) 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 las nuevas situaciones laborales y personales.
- p) 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.
- q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y las posibilidades de la equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- t) 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.
- u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- v) 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.
- x) 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.

1.3. Resultados de aprendizaje.

Finalmente, pasamos a desglosar los **Resultados de Aprendizaje** (abreviado **RA**) a los que contribuye este módulo profesional, según la Orden que regula este ciclo formativo.

Ponderación de los Resultados de Aprendizaje

Resultado de Aprendizaje	Ponderación
RA1. Determina la estructura organizativa y el tamaño del equipo comercial, ajustándose a la estrategia, objetivos y presupuesto establecidos en el plan de ventas.	15
RA2. Determina las características del equipo comercial, describiendo los puestos de trabajo y el perfil de los vendedores o comerciales.	15
RA3. Planifica la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial, aplicando técnicas de organización y gestión comercial.	16
RA4. Define planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales, cumpliendo los objetivos y requerimientos establecidos.	15
RA5. Diseña un sistema de motivación y remuneración de los vendedores, teniendo en cuenta los objetivos de ventas, el presupuesto, los valores y la identidad corporativa de la empresa.	15
RA6. Propone acciones para la gestión de situaciones conflictivas en el equipo de comerciales, aplicando técnicas de negociación y resolución de conflictos.	8
RA7. Diseña el sistema de evaluación y control de los resultados de ventas y la actuación del equipo comercial, proponiendo en su caso, las medidas correctoras oportunas.	16

2. Unidades de Trabajo.

El módulo tiene una duración de 84 horas y lo componen un total de 5 unidades de trabajo, cada una con la siguiente carga horaria:

Distribución de la carga horaria por unidades

Unidad de trabajo	Carga horaria
UT01. Equipo de ventas: estructura organizativa y tamaño.	15
UT02. Características del equipo comercial.	12
UT03. Planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales.	15
UT04. Objetivos de venta del equipo comercial. Sistemas de evaluación y control.	22
UT05. Dirección, motivación y retribución del equipo comercial. Gestión de situaciones de conflicto.	20

UT01: Equipo de ventas. Estructura organizativa y tamaño.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT1

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA1	h,ñ,	l,o, p,q, r,u, v,x	1. Funciones del departamento de ventas. 2. Objetivos y estructura del plan y la fuerza de ventas. 3. Estrategia de comunicación interna en el departamento de ventas. 4. Organización del equipo de ventas. Por zonas, territorios geográficos, productos, mercados, clientes y presupuestos, entre otras. 5. Cálculo del tamaño óptimo del equipo de ventas según criterios establecidos. 6. Preparación de ofertas y visitas. 7. Número y frecuencia de las visitas a los clientes reales y potenciales. 8. Diseño y planificación de rutas de ventas. 9. Asignación a los vendedores de zonas de venta, rutas o clientes. Clasificación ABC de clientes. 10. Aplicaciones informáticas de gestión y control de planes de venta.	Determinación de la estructura organizativa y del tamaño del equipo de ventas: – Funciones del departamento de ventas. –Objetivos y estructura del plan y la fuerza de ventas. – Estrategia de comunicación interna en el departamento de ventas. – Organización del equipo de ventas. Por zonas, territorios geográficos, productos, mercados, clientes y presupuestos, entre otras. – Cálculo del tamaño óptimo del equipo de ventas según criterios establecidos. – Preparación de ofertas y visitas. – Número y frecuencia de las visitas a los clientes reales y potenciales. – Diseño y planificación de rutas de ventas. – Asignación a los vendedores de zonas de venta, rutas o clientes. Clasificación ABC de clientes. – Aplicaciones informáticas de gestión y control de planes de venta.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA1.

a. Se han analizado los distintos tipos de organización de un equipo comercial, en función del tipo de empresa, mercados, clientes y productos que comercializa.
b. Se ha definido la estructura organizativa de la fuerza de ventas, determinando los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo del plan de ventas.
c. Se ha calculado el tiempo medio de duración de la visita y el número y frecuencia de las visitas necesarias para atender a los clientes.
d. Se ha determinado el número de visitas que hay que realizar por cada vendedor o vendedora a los clientes en función de la jornada laboral.
e. Se ha calculado el tamaño del equipo de ventas en función de las zonas geográficas de implantación, tipo de venta, número de clientes o puntos de venta, productos o servicios comercializables y presupuesto disponible.
f. Se han delimitado las zonas de ventas y se han asignado a los vendedores según el potencial de venta, la carga de trabajo y los objetivos y costes de la empresa.
g. Se han planificado las visitas a clientes, diseñando las rutas de venta que permiten optimizar el tiempo del vendedor o vendedora y reducir los costes.

UT02: Características del equipo comercial.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT2

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA2	h,n,ñ	l,o, p,q, r,s, v,x	1. Funciones del vendedor o vendedora en la venta personal. 2. Tipos de vendedores. 3. Características personales del vendedor profesional. 4. Habilidades profesionales, conocimientos y requisitos que se exigen a los comerciales. 5. Fases del proceso de selección de vendedores. 6. Descripción del puesto de trabajo 7. El perfil del comercial o vendedor. El profesiograma. 8. Captación y selección de comerciales.	Determinación de las características del equipo comercial: – Funciones del vendedor o vendedora en la venta personal. – Tipos de vendedores. – Características personales del vendedor o vendedora profesional. –Habilidades profesionales, conocimientos y requisitos que se exigen a los comerciales. – Fases del proceso de selección de vendedores. – Captación y selección de comerciales. – Descripción del puesto de trabajo. – Perfil del comercial o vendedor o vendedora, el profesiograma.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA2.

a. Se han determinado las funciones y responsabilidades de los vendedores de un equipo de ventas.
b. Se han caracterizado los distintos tipos de vendedores en función del tipo de venta, el tipo de producto y las características de la empresa.
c. Se han definido las competencias y características de los comerciales para la ejecución de un plan de ventas.
d. Se ha descrito el puesto de trabajo en un equipo comercial, definiendo las tareas, funciones y responsabilidades que tienen que desarrollar.
e. Se ha descrito el perfil del candidato idóneo, definiendo las características y requisitos que debe reunir el vendedor o vendedora para ocupar el puesto descrito.
f. Se han determinado las acciones necesarias para el reclutamiento de candidatos a un puesto de trabajo en el equipo de ventas.
g. Se han establecido los criterios de selección, el procedimiento y los instrumentos que hay que utilizar para seleccionar al personal de ventas.

UT03: Planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT3

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA4	h,l,r	l,o, p,q, r,s, t,u, v,x	1. Formación y habilidades del equipo de ventas. 1.1.Ventajas de la formación. 1.2.El proceso de formación. 1.3.Las competencias. Definición. 1.4.Desarrollo de las competencias en la formación de vendedores. 2. Necesidades formativas del equipo de ventas. 3. La carrera profesional del comercial. 3.1.El desarrollo de la carrera profesional. 4. Objetivos y métodos de formación. 4.1.Métodos o técnicas de formación en el puesto de trabajo. 4.2.Métodos formativos fuera del puesto de trabajo. 5. Programas de formación para vendedores. 5.1.Formadores. 5.2.Duración de un programa de formación. 5.3.Lugar de desarrollo. 5.4.Presupuesto de un programa de formación. 5.5.Contenidos del programa de formación inicial. 5.6.Ejemplo de programa de formación inicial. 6. La formación continua. 6.1.Formación sobre el terreno. 6.2.Ejemplo de formación sobre el terreno. 6.3.Evaluación de la actuación de ventas sobre el terreno. 6.4.Cursos de formación de contenidos teórico-prácticos. 6.5.Ejemplo de programa de formación continua. 6.6.El coaching y el mentoring. 6.7.Evaluación de la formación.	Definición de planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales: – Formación y habilidades del equipo de ventas. – Definición de las necesidades formativas del equipo de ventas. – Objetivos y métodos de formación en equipos comerciales. – Organización y ejecución de la formación. Tipos. Contenidos. Métodos. – Planes de formación inicial de vendedores. – Programas de perfeccionamiento y formación continua de equipos de comerciales. – Formación teórico-práctica y formación sobre el terreno. – Evaluación de planes de formación. Aprendizaje. Comportamiento. Resultados.

CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje
En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA4.

a. Se han identificado las necesidades de formación, individuales y grupales , de un equipo de comerciales.
b. Se han establecido los objetivos del plan de formación de los vendedores, en función de los objetivos de ventas y las necesidades detectadas.
c. Se ha determinado la estructura y contenidos de un plan formativo inicial para el departamento comercial, en función de los objetivos establecidos, los requerimientos del trabajo que hay que realizar y el presupuesto disponible.
d. Se han establecido las actividades formativas para un plan de formación continuo del equipo de comerciales en función del presupuesto establecido, adecuándolas a los objetivos previstos y las necesidades de la empresa.
e. Se ha programado la formación de los vendedores, tanto teórica como de campo, aplicando técnicas de organización del trabajo y programación de tareas.
f. Se han evaluado las ventajas y los inconvenientes de un plan de formación en relación con otro plan alternativo.
g. Se ha valorado la eficacia de un plan de formación del equipo de ventas, en función de los objetivos cumplidos y los resultados obtenidos.

UT04: Objetivos de venta del equipo comercial. Sistemas de evaluación y control.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT4

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA3,7	h,m, ñ,r	l,o, p,q, r,s, u,v	1.Los objetivos de venta y el equipo comercial. 1.1.Características de los objetivos. 1.2.Objetivos cuantitativos y cualitativos. 1.3.Objetivos cuantitativos. 1.4.Objetivos cualitativos. 2. Dirección por objetivos. 2.1.La implantación de la dirección participativa. 2.2.Toma de decisiones. 2.3.La toma de decisiones en equipo. 2.4.Herramientas para la toma de decisiones en grupo. 3. Actividades vinculadas al plan de ventas. 3.1.La prospección. 3.2.Fuentes de prospección directas e indirectas. 3.3.El servicio postventa. 3.4.Creación y mantenimiento de bases de datos. 4. La función de control. 4.1.Fijación de las variables de control. 4.2.Variables de control cualitativas y cuantitativas. 5. Sistemas de control del equipo de ventas. 5.1.Control de ventas en función de los resultados. 5.2.Control estadístico de las ventas. 5.3.Control de clientes ABC. 5.4.Control por ratios. 5.5.Acciones correctoras. 6. Sistemas de recogida de información. 6.1.Contenido y diseño de los informes escritos. 6.2.Objetivos de un sistema eficaz de información. 7. El plan de control y seguimiento del equipo comercial. 7.1.Implantación de un cuadro de mando. 7.2.Elementos de un cuadro de mando.	Planificación de la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial: – Planes de ventas. Fases del plan de ventas. – Determinación de estrategias – Objetivos generales del plan de ventas. Prospección. Precio de Venta. Ratios de eficiencia. – Objetivos cuantitativos y cualitativos. – Dirección por objetivos. Métodos de seguimiento. – Asignación de los objetivos de ventas a los miembros del equipo. – Actividades vinculadas al plan de ventas. – Métodos de prospección de clientes. – Elaboración de informes. Seguimiento de las visitas. El informe de ventas. – Sistemas de gestión y tratamiento de la información. técnicas de archivo. Naturaleza y finalidad. – Ficheros maestros. – Creación y mantenimiento de bases de datos. – Sistemas de información y bases de datos. Herramientas de gestión de la relación con el cliente. CRM.

CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje
En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA3:

a. Se han determinado los principales objetivos y los medios necesarios para la ejecución de los planes de venta, señalando los objetivos cuantitativos y cualitativos.
b. Se ha determinado la finalidad de la dirección por objetivos en cuanto a definición de objetivos, responsabilidades, competencias personales, plazos, motivación, apoyo técnico-emocional y toma de decisiones.
c. Se han aplicado técnicas de comunicación, presentación y reuniones de equipo para explicar el plan de ventas y los objetivos generales y específicos a los miembros de la fuerza de ventas.
d. Se han aplicado métodos para el reparto de los objetivos colectivos e individuales y las cuotas de venta entre los miembros del equipo comercial, fomentando la idea de responsabilidad compartida y la transparencia en la gestión e información.
e. Se han analizado los factores fundamentales para el éxito en la planificación de objetivos comerciales.
f. Se han identificado las actividades de prospección, difusión y promoción que tiene que realizar el equipo de ventas para alcanzar unos objetivos de venta determinados.

g. Se han elaborado planes de prospección de clientes utilizando diferentes métodos.
h. Se han elaborado y actualizado ficheros de clientes con los datos más relevantes de cada cliente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA7:

a. Se han identificado las variables y los parámetros necesarios para el control en el desarrollo del plan de ventas.
b. Se han aplicado los métodos y ratios para medir la ejecución y calidad del plan y el desempeño del equipo de vendedores.
c. Se ha elaborado una ficha de cliente con el repor o parte diario de las actividades realizadas por el comercial.
d. Se han calculado indicadores y ratios de rentabilidad por producto, cliente y comercial.
e. Se ha analizado la evolución y tendencia de las ventas por producto, cliente y comercial.
f. Se ha evaluado la actuación de los miembros del equipo de trabajo, calculando y analizando las desviaciones respecto a los objetivos previsto.

UT05: Dirección, motivación y retribución del equipo comercial. Gestión de situaciones de conflicto.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT5

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA5,6	h,l, m,ñ	l,o, p,q, r,u, v,x	1. Cultura de empresa. 1.1.Modelos de cultura organizativa. 2. Concepto de dirección y niveles directivos. 2.1.Las funciones de la dirección. 2.2.La dirección y la toma de decisiones. 2.3.Estilos de dirección. 2.4.Sistemas de dirección y liderazgo. 2.5.Teorías sobre estilos de liderazgo. 3. La dirección de grupos. 3.1.El perfil de los miembros del grupo. 4. Motivación del equipo de ventas. 4.1.Factores motivadores. 4.2.Teorías de la motivación de Maslow. 4.3.Teorías de la motivación: Herzberg y Alderfer. 4.4.Teorías de la motivación de proceso. 4.5.Otras aportaciones sobre motivación. 5. La motivación en la práctica. 5.1.Elementos de motivación en el puesto de trabajo. 5.2.Incentivos económicos. 5.3.Sistema de salario fijo. 5.4.Sistema de salario variable o a comisión. 5.5.Sistema de retribución combinado o mixto. 5.6.Fijación de los niveles salariales. 6. El conflicto en la relación laboral. 6.1.Tipos de conflictos. 6.2.Tipos de conflictos entre personas del grupo. 6.3.Resolución de conflictos. 6.4.Resolución de conflictos sin intervención de terceros. 6.5.Resolución de conflictos con intervención de terceros. 6.6.El proceso de mediación. 6.7.Métodos de decisión en grupo. 7. Pruebas sociométricas. 8. Procesos de comunicación. 8.1.Tipos de comunicación. 8.2.Comunicación verbal. 8.3.Comunicación no verbal. 8.4.Asertividad.	Diseño de un sistema de motivación y retribución del equipo comercial: – Prototipos culturales de empresa. – Estilos de mando y liderazgo. – Técnicas de dinámica y dirección de grupos. Presentación. Conocimiento. Comunicación. Cooperación. Discusión y Análisis. Expositivas. Toma de decisiones. Resolución de conflictos y problemas. Evaluación. – Habilidades sociales y emocionales. Asertividad. Empatía. Comunicación no verbal. – Motivación del equipo de ventas. – Mejora de las condiciones y promoción interna. – Formación y promoción profesional. – Retribución y rendimiento del equipo de ventas. - Políticas de remuneración comercial. - Sistemas de remuneración del equipo de ventas. Sistema de remuneración Fijo, variable y mixto. - Incentivos económicos. Otros beneficios del Plan de Remuneración. – Evaluación del Plan de Remuneración. Propuesta de acciones para la gestión de situaciones conflictivas en un equipo de comerciales: – Tipos de conflictos en las relaciones laborales. – Estilos de vendedor o vendedora. – Tipologías de comprador o compradora. – Estilos de venta. – Técnicas de resolución de situaciones conflictivas. – Inteligencia emocional. Componentes. Adquirir la capacidad de resolver problemas. Técnicas adicionales para controlar nuestras emociones. Otros enfoques. – Métodos de decisión en grupo. – Negociación y consenso entre las partes. Estrategias de negociación. – Conciliación, mediación y arbitraje. – Comunicación con el equipo de ventas. Comunicación interna. Circulares. Manuales Corporativos. Convenios. Intranet y correo electrónico. – Comunicación verbal y no verbal. Tipos de comunicación oral. Técnicas de comunicación oral.

CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje
En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA5:

a. Se han identificado los distintos estilos de mando y liderazgo aplicables a equipos comerciales y se han aplicado técnicas de dinámica y dirección de grupos para el trabajo en equipo.
b. Se ha realizado un análisis comparativo entre el perfil de los miembros del equipo de trabajo y sus roles en la dinamización y motivación del grupo.
c. Se han identificado las competencias emocionales, intrapersonales e interpersonales que debe tener el jefe o responsable de un equipo de vendedores.
d. Se han determinado los principales aspectos y elementos de motivación y satisfacción en el trabajo de un equipo comercial.
e. Se han definido los planes de carrera profesional, de mejora, de ascensos a puestos de responsabilidad y de reconocimiento de la valía de los miembros del equipo, fomentando el ascenso y promoción dentro de la empresa.
f. Se han establecido incentivos económicos para el equipo comercial en función de parámetros de rendimiento y productividad prefijados, conocidos y evaluables.
g. Se han analizado las condiciones de retribución y la jornada laboral efectiva de los equipos comerciales según distintas situaciones laborales.
h. Se ha determinado el sistema de remuneración del equipo comercial más adecuado, según criterio de coste o presupuesto necesario.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA6:

a. Se han analizado las distintas situaciones de tensión y conflicto que habitualmente se producen en un equipo de trabajo.
b. Se han establecido estrategias de actuación ante las situaciones emocionales intensas y de crisis que se pueden encontrar en el entorno de trabajo de los equipos comerciales.
c. Se han definido las estrategias para mejorar la integración y cohesión grupal, describiendo los roles de los integrantes del equipo de ventas
d. Se han analizado las técnicas de prevención y detección de conflictos, estilos de negociación y funcionamiento del grupo de un equipo de comerciales.
e. Se han identificado los distintos estilos de resolución de conflictos y el rol del jefe del equipo de comerciales.

f. Se han aplicado técnicas de comunicación asertivas, identificando los factores de comunicación verbal y no verbal en un equipo comercial.

3.- Secuencias de unidades didácticas y temporalización

Las fechas previstas de aparición de cada unidad son las siguientes:

Secuenciación y temporalización de unidades para Organización de Equipos de Ventas

Unidad de trabajo	Fecha de Inicio prevista	Fecha de finalización prevista	Fecha obligatoria de entrega de tareas
Evaluación 1			
UT01. Equipo de ventas: Estructura organizativa y tamaño.	15/09/2026	10/11/2026	17/11/2026
UT02. Características del equipo comercial.	18/11/2026	15/12/2026	22/12/2026
UT03. Planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales.	07/01/2027	02/02/2027	10/02/2027
Evaluación 2			
UT04.Objetivos de venta del equipo comercial. Sistema de evaluación y control.	11/02/2027	09/03/2027	16/03/2027
UT05. Dirección, motivación y retribución del equipo comercial. Gestión de situaciones conflictivas.	DUAL	DUAL	DUAL

- **Fecha de inicio**: Es la fecha en que dicha unidad está a disposición del alumnado en la plataforma educativa o Aula Virtual.
- **Fecha de finalización**: Es una fecha orientativa para el alumnado y la que se recomienda a éste para terminar dicha unidad, no es obligatoriamente la fecha en la que debe finalizar la unidad y su correspondiente tarea (aunque si es aconsejable).
- **Fecha obligatoria de entrega de tareas**: indica el último día que se recogerán las tareas indicadas (incluido el segundo envío en caso de que fuera necesario). Después de esta fecha no se corregirán las tareas enviadas.

IMPORTANTE

- Se recomienda al alumnado la entrega progresiva de tareas según se vayan finalizando las unidades didácticas, garantizándose así la posibilidad de un segundo reenvío.
- No se aceptará ningún envío de tareas fuera de esos plazos, salvo circunstancias excepcionales, que valorará el profesor o profesora previa acreditación documental de las mismas.

Fase de Formación en la Empresa

- El resultado de aprendizaje que se impartirá en la empresa es el RA4, que se corresponden con la unidad de trabajo 4, y representan un 19% de la carga horaria del módulo.
- La Fase de Formación en la Empresa comprende el periodo 12 de abril al 11 de junio, esto es, 44 días lectivos y un total de 20 horas lectivas del módulo.

3.1. Sesiones presenciales.

La Orden de 11 de febrero de 2026, establece en su artículo 5.3. que las sesiones de docencia presencial tendrá como objetivo el desarrollo de actividades y tareas en el centro educativo.

Estas sesiones presenciales se dedicará a facilitar al alumnado las ayudas pertinentes en la realización de tareas, resolver dudas respecto a los aspectos esenciales del currículo, orientar hacia el uso de las herramientas de comunicación empleadas por esta modalidad de enseñanza, afianzar las interacciones cooperativas entre el alumnado, promover la adquisición de los conocimientos, competencias básicas o profesionales que correspondan y, en su caso, reforzar la práctica de las destrezas orales. Por lo tanto, se establece cuatro tipos de sesiones presenciales:

- **Sesiones de acogida del alumnado** se realizan en la primera semana del curso para explicar al alumnado los aspectos generales del ciclo, características de la enseñanza semipresencial, el uso del Aula Virtual, las características más importantes de cada módulo profesional, criterios de evaluación, calendario de las sesiones presenciales, etc.
- **Sesiones expositivas y/o de resolución de dudas**. Se realizarán sesiones expositivas para introducir una unidad o profundizar en aspectos que, a juicio del profesorado, requieren una especial atención, etc.
- **Sesiones de Actividades o Tareas presenciales**. Su objetivo es que el alumnado realice un determinado taller o caso práctico relacionado con los resultados de aprendizaje del módulo profesional. Su realización es obligatoria. Recogido en el aparado 5.2.2
- **Sesiones de desarrollo de Pruebas presenciales**. Recogido en el apartado 5.2.1.

Listado **orientativo** de Sesiones presenciales del módulo:

Primer cuatrimestre

Fecha	Unidad	Descripción	Evaluable
Sesión 1 22/09/2026	**UT01**	**Sesión de acogida del alumnado** **Cuestionario inicial del alumnado** **Presentación unidad 1: Equipo de ventas: Estructura organizativa y tamaño.** Desarrollo de la unidad comenzando con una visión general del funcionamiento y organización del departamento de venta.	
Sesión 2 29/09/2026	UT01	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas. Funciones del departamento de ventas. Objetivos y estructuras del plan de venta.	
Sesión 3 6/10/2026	UT01	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Organización del equipo de ventas. Formas de organización. Tamaño óptimo del equipo de ventas. Número y frecuencia de la visita a los clientes.	
Sesión 4 13/10/2026	UT01	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas y apoyo a la tarea. Número de visitas a realizar al cliente. Tamaño del equipo de ventas. Rutas de ventas.	
Sesión 5 20/10/2026	UT01	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas y ejercicios para determinar el tamaño del equipo comercial. Repaso general de la unidad.	
Sesión 6 27/10/2026	UT01	Prueba presencial de la unidad 1.	Si
Sesión 7 03/11/2026	**UT02**	**Presentación unidad 2: Características del equipo comercial.** Desarrollo de la unidad comenzando por el vendedor en la venta personal, solucionador de problemas e integrado en la Política de Marketing de la empresa. Desarrollo de la unidad. Tipos de vendedores. Características personales de los vendedores.	
Sesión 8 10/11/2026	UT01	Actividad online UT1	Si
Sesión 9 17/11/2026	UT02	Actividad presencial UT1	Si
Sesión 10 24/11/2026	UT02	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Habilidades y conocimientos de los vendedores. Proceso de selección y contratación.	
Sesión 11 01/12/2026	UT02	Prueba presencial unidad 2.	Si
Sesión 12 15/12/2026	UT02	Actividad presencial UT2	Si

Sesión 13 Periodo Exámenes 22/12/26	UT02	Actividad online UT2	Sí
Sesión 14 12/01/2027	**UT03**	**Presentación unidad 3. Planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales.** Desarrollo de la unidad comenzando con la Formación y habilidades del equipo de venta.	
Sesión 15 19/01/2027	UT03	Necesidades formativas y desarrollo de la carrera profesional. Objetivos y métodos formativos. Programas formativos.	
Sesión 16 26/01/2026	UT03	Prueba presencial UT3	Si
Sesión 17 02/02/2027	UT03	Actividad online UT3	Si
Sesión 18 10/02/2027	UT03	Actividad presencial UT3	Si
Sesión 19 16/02/2027	UT01, 02 y 03	Recuperaciones	Si

Segundo cuatrimestre

Fecha	Unidad	Descripción	Evaluable
Sesión 20 02/03/2027	**UT04**	**Presentación Unidad 4. Objetivos de venta del equipo comercial. Sistemas de evaluación y control.** Desarrollo de la unidad comenzando con los Objetivos de la venta.	
Sesión 21 09/03/2027	UT04	Prueba presencial UT4	Si
Sesión 22 16/03/2027	UT04	Actividad online UT4	Sí
Sesión 23 30/03/2026	UT04	Actividad presencial UT4	Sí
Sesión 24 06/04/2027	UT04	Recuperaciones	Si

3ª evaluación

Fecha	Unidad	Descripción	Evaluable
Sesión 24 30/03/2027	UT05	Conflictos en las relaciones laborales (RA6). Decisiones en grupo. Pruebas sociométricas y procesos de comunicación.	
Sesión 25 06/04/2027	**UT04**	**Presentación Unidad 4. Objetivos de venta del equipo comercial. Sistemas de evaluación y control.** Desarrollo de la unidad comenzando con los Objetivos de la venta.	

IMPORTANTE

- Durante el mes de junio (hasta la evaluación final), se desarrolla un periodo de recuperación y mejora de calificaciones.
- La mejora de las calificaciones nunca supondrá un aumento de calificación final del módulo superior a 2 puntos.
- En las sesiones de junio, se realizarán exámenes presenciales de recuperación de las distintas evaluaciones.
- La calificación máxima en las tareas y exámenes a recuperar será de 7 puntos.

4.- Metodología y materiales didácticos.

Debes conocer

El marco regulador de la modalidad semipresencial en la oferta modular diferenciada de Formación Profesional en Andalucía se fundamenta en lo dispuesto en el Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la Orden de 11 de febrero de 2026 y la Orden de 18 de septiembre de 2025. Conforme a dicho marco normativo, la ordenación académica y metodológica de las enseñanzas impartidas en esta modalidad se articula con arreglo a los siguientes principios y directrices:

1. Principios pedagógicos

- **Aprendizaje autónomo y adaptado:** El proceso formativo se fundamenta en el autoaprendizaje sistematizado mediante la aplicación del modelo de Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA). Se promoverá el uso de metodologías activas orientadas a la resolución de casos prácticos, permitiendo la incorporación de herramientas informáticas de simulación e inteligencia artificial.
- **Recursos didácticos específicos:** La enseñanza se apoyará en materiales didácticos interactivos y soportes multimedia diseñados exclusivamente para su impartición en entornos virtuales.

2. Organización de la docencia telemática

- **Docencia remota asíncrona:** Constituye la base del proceso de aprendizaje. El alumnado accederá a los contenidos, lecturas obligatorias y tareas a través del Aula Virtual en Moodle, lo que permite la autogestión del tiempo formativo.Docencia remota síncrona: Se llevará a cabo en tiempo real mediante las herramientas de audio y videoconferencia integradas en la plataforma. Comprende la celebración de sesiones de acogida, presentación de unidades didácticas y resolución de dudas o ejercicios prácticos.
- **Garantías procedimentales:** La asistencia a las sesiones síncronas no tendrá carácter obligatorio para el alumnado. Dichas sesiones se convocarán a través del Aula Virtual con una antelación mínima de 48 horas, se planificarán evitando el solapamiento horario entre módulos y serán objeto de grabación obligatoria para su posterior consulta en diferido.

3. Atención tutorial y seguimiento académico

- **Atención síncrona:** El profesorado asignará a la atención telemática directa (individual o colectiva) un tiempo equivalente, como mínimo, al 25% de su dedicación horaria semanal fijada para el módulo.
- **Seguimiento del alumnado**: Se efectuará una supervisión periódica de la actividad y accesos del alumnado a la plataforma, con el fin de detectar situaciones de inactividad e implementar las medidas tutoriales pertinentes.

4. Régimen de presencialidad obligatoria a las sesiones lectivas (Art.5, Orden 11-Feb-2026).

La integración del Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA) en la programación didáctica de modalidad virtual constituye un requerimiento legal normado por el Decreto de Ordenación y las Órdenes del BOJA. Su aplicación debe articularse de manera transversal en tres secciones fundamentales de la programación:

- **Metodología y Recursos Didácticos:** Garantiza la accesibilidad y la diversidad en los medios de representación. Exige detallar el uso de materiales multimedia diversificados en la plataforma Moodle (texto, audio, vídeo e infografías) adaptados por el profesorado editor, así como la incorporación de subtitulado y transcripción en tiempo real durante las videoconferencias síncronas.
- **Planificación de Unidades de Trabajo (Tareas y Actividades)**: Implementa las dimensiones de implicación y expresión. Requiere diseñar actividades basadas en casos prácticos reales para fomentar la motivación, permitiendo a los estudiantes fundamentar su aprendizaje mediante diversos formatos de entrega (documentos escritos, presentaciones interactivas o productos audiovisuales) bajo los mismos criterios de evaluación.
- **Evaluación del Alumnado y Atención a la Diversidad:** Define las garantías normativas para el alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE). Establece una evaluación continua, formativa e integradora basada en el DUA. Incluye adaptaciones de acceso (tecnológicas, organizativas y ampliación de tiempos en tareas y exámenes) sin que esto suponga una minoración en la calificación ni la modificación de los Resultados de Aprendizaje (RA) o Criterios de Evaluación (CE) reglamentarios.

5.- Criterios y procedimiento de evaluación.

En la Oferta modular diferenciada en modalidad virtual y semipresencial en Andalucía, los criterios y procedimientos de evaluación están definidos por la normativa autonómica (*principalmente el Decreto 147/2025, la Orden de 18 de septiembre de 2025 y la Orden de 11 de febrero de 2026*). Su objetivo es conjugar la flexibilidad del aprendizaje telemático con el rigor y la objetividad del proceso evaluador.

Los principios generales de la evaluación son los siguientes:

1. **Carácter de la evaluación:** Debe ser continua, formativa, objetiva e integradora de los aprendizajes realizados, incluyendo, en su caso, en la fase de formación en empresa u organismo equiparado.
2. **Publicidad del proceso:** La información relativa a los procedimientos, instrumentos y plazos de evaluación de cada módulo o proyecto debe ser publicada obligatoriamente a través del Aula Virtual (Moodle) para conocimiento del alumnado.
3. **Cómputo de convocatorias:** En la modalidad virtual y semipresencial se dispone de un máximo de cuatro convocatorias por módulo, a razón de una única convocatoria por curso escolar.

El seguimiento del proceso de aprendizaje de cada módulo incluirá el análisis de las actividades, tareas y trabajos presentados en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS Moodle) y realizados a lo largo de la acción formativa, la participación en las herramientas de comunicación, en su caso la realización de las tareas síncronas, sesiones presenciales y otras que se establezcan, así como la superación de prueba final presencial de junio, según lo indicado en el artículo 27.1 del del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio. La evaluación final del módulo mediante pruebas se armonizará con los procesos de evaluación que se realicen a lo largo del curso según lo indicado en los artículos 107 y 123 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio.

5.1.- Ponderación de resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

Debes conocer

La siguiente tabla muestra la **ponderación de resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y su relación con los diferentes instrumentos de evaluación**. La calificación de cada criterio vendrá dada en función de las diferentes calificaciones que se tengan para el mismo, siendo en su caso la media aritmética de las mismas. Es decir, todos los instrumentos tienen el mismo peso para un determinado criterio de evaluación. Así, si se utilizan dos instrumentos, cada instrumento contribuye el 50% de la calificación; si son cuatro, cada instrumento aportará un 25% de la calificación.

Dicha tabla es un referente inicial y puede actualizarse para adaptarse al contexto y a las características particulares del grupo o al progreso del curso o a los posibles cambios normativos que pudieran producirse. En dicha tabla se añadirán tantas columnas como instrumentos se utilicen.

Los instrumentos de evaluación más utilizados en la modalidad semipresencial son las tareas individuales presenciales, las tareas individuales online y las pruebas presenciales.

Ponderación del RA1

Criterios de Evaluación	Ponderación
1a.- Se han analizado los distintos tipos de organización de un equipo comercial, en función del tipo de empresa, mercados, clientes y productos que comercializa.	2
1b.- Se ha definido la estructura organizativa de la fuerza de ventas, determinando los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo del plan de ventas.	2
1c.- Se ha calculado el tiempo medio de duración de la visita y el número y frecuencia de las visitas necesarias para atender a los clientes.	2
1d.- Se ha determinado el número de visitas que hay que realizar por cada vendedor o vendedora a los clientes en función de la jornada laboral.	2
1e.- Se ha calculado el tamaño del equipo de ventas en función de las zonas geográficas de implantación, tipo de venta, número de clientes o puntos de venta, productos o servicios comercializables y presupuesto disponible.	3
1f.- Se han delimitado las zonas de ventas y se han asignado a los vendedores según el potencial de venta, la carga de trabajo y los objetivos y costes de la empresa.	2
1g.- Se han planificado las visitas a clientes, diseñando las rutas de venta que permiten optimizar el tiempo del vendedor o vendedora y reducir los costes.	2

Ponderación del RA2

Criterios de Evaluación	Ponderación
2a.- Se han determinado las funciones y responsabilidades de los vendedores de un equipo de ventas.	3
2b.- Se han caracterizado los distintos tipos de vendedores en función del tipo de venta, el tipo de producto y las características de la empresa.	2
2c.- Se han definido las competencias y características de los comerciales para la ejecución de un plan de ventas.	2
2d.- Se ha descrito el puesto de trabajo en un equipo comercial, definiendo las tareas, funciones y responsabilidades que tienen que desarrollar.	2
2e.- Se ha descrito el perfil del candidato idóneo, definiendo las características y requisitos que debe reunir el vendedor o vendedora para ocupar el puesto descritos.	2
2f.- Se han determinado las acciones necesarias para el reclutamiento de candidatos a un puesto de trabajo en el equipo de ventas.	2
2g.- Se han establecido los criterios de selección, el procedimiento y los instrumentos que hay que utilizar para seleccionar al personal de ventas.	2

Ponderación del RA3

Criterios de Evaluación	Ponderación
3a.- Se han determinado los principales objetivos y los medios necesarios para la ejecución de los planes de venta, señalando los objetivos cuantitativos y cualitativos.	2

3b.- Se ha determinado la finalidad de la dirección por objetivos en cuanto a definición de objetivos, responsabilidades, competencias personales, plazos, motivación, apoyo técnico-emocional y toma de decisiones.	2
3c.- Se han aplicado técnicas de comunicación, presentación y reuniones de equipo para explicar el plan de ventas y los objetivos generales y específicos a los miembros de la fuerza de ventas.	3
3d.- Se han aplicado métodos para el reparto de los objetivos colectivos e individuales y las cuotas de venta entre los miembros del equipo comercial, fomentando la idea de responsabilidad compartida y la transparencia en la gestión e información.	2
3e.- Se han analizado los factores fundamentales para el éxito en la planificación de objetivos comerciales.	2
3f.- Se han identificado las actividades de prospección, difusión y promoción que tiene que realizar el equipo de ventas para alcanzar unos objetivos de venta determinados.	2
3g.- Se han elaborado planes de prospección de clientes utilizando diferentes métodos.	2
3h.-Se han elaborado y actualizado ficheros de clientes con los datos más relevantes de cada cliente.	1

Ponderación del RA4

Criterios de Evaluación	Ponderación
4a.- Se han identificado las necesidades de formación, individuales y grupales, de un equipo de comerciales.	3
4b.- Se han establecido los objetivos del plan de formación de los vendedores, en función de los objetivos de ventas y las necesidades detectadas.	2
4c.- Se ha determinado la estructura y contenidos de un plan formativo inicial para el departamento comercial, en función de los objetivos establecidos, los requerimientos del trabajo que hay que realizar y el presupuesto disponible.	2
4d.- Se han establecido las actividades formativas para un plan de formación continuo del equipo de comerciales en función del presupuesto establecido, adecuándolas a los objetivos previstos y las necesidades de la empresa.	2
4e.- Se ha programado la formación de los vendedores, tanto teórica como de campo, aplicando técnicas de organización del trabajo y programación de tareas.	2
4f.- Se han evaluado las ventajas y los inconvenientes de un plan de formación en relación con otro plan alternativo.	2
4g.- Se ha valorado la eficacia de un plan de formación del equipo de ventas, en función de los objetivos cumplidos y los resultados obtenidos.	2

Ponderación del RA5

Criterio de Evaluación	Ponderación
5a.- Se han identificado los distintos estilos de mando y liderazgo aplicables a equipos comerciales y se han aplicado técnicas de dinámica y dirección de grupos para el trabajo en equipo.	2
5b.- Se ha realizado un análisis comparativo entre el perfil de los miembros del equipo de trabajo y sus roles en la dinamización y motivación del grupo.	2
5c.- Se han identificado las competencias emocionales, intrapersonales e interpersonales que debe tener el jefe o responsable de un equipo de vendedores.	2
5d.- Se han determinado los principales aspectos y elementos de motivación y satisfacción en el trabajo de un equipo comercial.	2
5e.- Se han definido los planes de carrera profesional, de mejora, de ascensos a puestos de responsabilidad y de reconocimiento de la valía de los miembros del equipo, fomentando el ascenso y promoción dentro de la empresa.	2
5f.- Se han establecido incentivos económicos para el equipo comercial en función de parámetros de rendimiento y productividad prefijados, conocidos y evaluables.	2
5g.- Se han analizado las condiciones de retribución y la jornada laboral efectiva de los equipos comerciales según distintas situaciones laborales.	2
5h.- Se ha determinado el sistema de remuneración del equipo comercial más adecuado, según criterio de coste o presupuesto necesario.	1

Ponderación del RA6

Criterios de Evaluación	Ponderación
6a.- Se han analizado las distintas situaciones de tensión y conflicto que habitualmente se producen en un equipo de trabajo.	2
6b.- Se han establecido estrategias de actuación ante las situaciones emocionales intensas y de crisis que se pueden encontrar en el entorno de trabajo de los equipos comerciales..	2
6c.- Se han definido las estrategias para mejorar la integración y cohesión grupal, describiendo los roles de los integrantes del equipo de ventas.	1
6d.- Se han analizado las técnicas de prevención y detección de conflictos, estilos de negociación y funcionamiento del grupo de un equipo de comerciales.	1
6e.- Se han identificado los distintos estilos de resolución de conflictos y el rol del jefe del equipo de comerciales.	1
6f.- Se han aplicado técnicas de comunicación asertivas, identificando los factores de comunicación verbal y no verbal en un equipo comercial.	1

Ponderación del RA7

Criterios de Evaluación	Ponderación
7a.- Se han identificado las variables y los parámetros necesarios para el control en el desarrollo del plan de ventas.	3
7b.- Se han aplicado los métodos y ratios para medir la ejecución y calidad del plan y el desempeño del equipo de vendedores.	3
7c.- Se ha elaborado una ficha de cliente con el repor o parte diario de las actividades realizadas por el comercial.	2
7d.- Se han calculado indicadores y ratios de rentabilidad por producto, cliente y comercial.	2
7e.- Se ha analizado la evolución y tendencia de las ventas por producto, cliente y comercial.	3
7f.- Se ha evaluado la actuación de los miembros del equipo de trabajo, calculando y analizando las desviaciones respecto a los objetivos previsto.	3

5.2.- Instrumentos de evaluación.

Tal y como se especifica en las **Instrucciones de 19 de noviembre de 2024**, la docencia remota asíncrona se fundamenta en el material facilitado a través del Aula Virtual.

Dicho lo anterior, el contenido de los diversos instrumentos de evaluación versará sobre el material facilitado a través del Aula Virtual, incluyendo en dicho material el que el profesorado pueda aportar de forma adicional para complementar el material existente en la unidad.

Instrumentos para la evaluación continua de los RAs y CEs

La evaluación continua se realizará sobre la base de la ponderación de los Resultados de Aprendizaje y los Criterios de Evaluación asociados a este módulo profesional, ponderación descrita en el apartado 5.1. Los instrumentos que se utilizarán para la evaluación continua de los Resultados de Aprendizaje y los Criterios de Evaluación serán:

- **Tareas individuales online y presencial asociadas a cada unidad,** . Cada unidad tendrá asociada al menos una tarea. Cada una de ellas implicará la realización de uno o más supuestos o ejercicios prácticos que el alumnado deberá de entregar de forma individualizada.
- **Pruebas presenciales.** Existen dos pruebas presenciales:
  - Prueba presencial opcional de febrero.
  - Prueba presencial obligatoria de junio.

Exámenes on-line asociados a cada unidad

El alumnado podrá realizar los exámenes on-line asociados a cada unidad. Los exámenes on-line **NO son un instrumento de evaluación** y su propósito es que el alumnado compruebe si ha comprendido bien los contenidos del módulo. Por tanto, **son una herramienta de autoevaluación**. Estos exámenes on-line se pueden realizar un número ilimitado de veces.

Aunque los exámenes on-line no se evaluan, no está permitido publicar los exámenes on-line ni sus respuestas en los foros. Si hay alguna pregunta que no entiendes, pregúntala primero al profesor/a del módulo. Los exámenes on-line son una herramienta para que el alumnado compruebe su progreso y comprensión de los contenidos, si no se usa adecuadamente carece de sentido.

5.2.1.- Pruebas presenciales.

Se prevé la realización de pruebas presenciales cuyo objetivo será la identificación fehaciente del alumnado y la demostración de la adquisición de los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación trabajados en las tareas y otros instrumentos.

Es importante que tengas en cuenta que **la superación de las pruebas presenciales no implica la superación del módulo de forma directa**. Tal y como consta en el apartado 5.3, la calificación final del módulo depende de la calificación obtenida en los diferentes instrumentos de evaluación y su ponderación en base a criterios de evaluación. Esto significa que, aparte de superar la prueba presencial, para superar el módulo deberás realizar de forma satisfactoria las tareas individuales y otro tipo de actividades contempladas en la programación del mismo.

Las pruebas de carácter presencial contempladas son:

- **Prueba presencial de febrero.** Esta prueba será de carácter **opcional** y **eliminatorio**.
- **Prueba presencial de junio.** Esta prueba será de carácter **obligatorio.**

La **prueba presencial de junio** versará sobre **todos los resultados de aprendizaje** vinculados al módulo profesional.

Los resultados de aprendizaje superados en la prueba presencial y opcional de febrero no serán evaluados nuevamente en la prueba presencial de junio, salvo petición expresa del alumno para la mejora de la calificación. La nota de la prueba de febrero se almacenará en el calificador del Aula Virtual, pero no se computará hasta la obtención de una nota final consolidada tras la realización de la prueba de junio.

Las unidades de trabajo asociadas a cada prueba presencial son las siguientes:

Contenidos de las pruebas presenciales

Prueba presencial escrita	Contenido del examen
Primera prueba presencial: **parcial 1er cuatrimestre de febrero** (opcional)	1er Cuatrimestre: Unidades 1,2,
Segunda prueba presencial: **convocatoria ordinaria de junio** (obligatoria)	1er Cuatrimestre: Unidades 1,2, 2º Cuatrimestre: Unidades 4 a

***Nota:** El alumnado no tendrá la obligación de presentarse a la prueba presencial del 1er cuatrimestre en la convocatoria ordinaria de junio **si y solo si** ha superado dicho cuatrimestre en la prueba presencial parcial del 1er cuatrimestre (febrero). Los RA asociados a cada unidad didáctica pueden consultarse en el apartado 5.1 (Ponderación de resultados de aprendizaje y criterios de evaluación).*

IMPORTANTE:

- En caso de que el alumno o la alumna **no se presente** a la **prueba presencial de junio,** se considerará que la **prueba presencial no está superada** e implicará la **no superación** del **módulo**.
- Una **calificación** de la **prueba presencial de junio inferior a 5** significará la **no superación** del **módulo**.
- Para considerar superada la **prueba presencial de junio** se requerirá obtener una **nota igual o superior a 5** en **cada una de las partes** que la componen: 1er y 2.º cuatrimestre.
- La **calificación** de la **prueba presencial de junio** se calculará en base a la **media ponderada** de los diferentes **resultados de aprendizaje** y **criterios de evaluación**.
- Para reducir la extensión de las pruebas, los **ejercicios** de las diferentes pruebas presenciales podrán **agrupar varios resultados de aprendizaje** de forma completa o parcial.
- En la **prueba presencial de junio,** el alumnado deberá realizar todos los **ejercicios** cuyos **resultados de aprendizaje no haya superado** de forma completa en la **prueba opcional de febrero**.
- Para obtener la **calificación final** de las pruebas, el sistema por defecto tomará la calificación más alta obtenida por el alumno para cada uno de los criterios evaluados, siempre que la prueba presencial correspondiente esté superada.
- El alumnado debe de inscribirse a las pruebas presenciales en tiempo y forma, tal y como le indique el docente, indicando en qué sede realizará las pruebas.
- Las instrucciones de realización de las diferentes pruebas, sin incluir obviamente los enunciados de los ejercicios a realizar, serán comunicadas al alumnado con antelación suficiente a la fecha de realización.
- Si se detecta que se ha copiado durante la realización de las pruebas presenciales, la prueba correspondiente quedará anulada y se le dará la calificación de 0 puntos para todos los resultados de aprendizaje incluidos en la misma. Si la copia se ha realizado gracias a la cesión de información por parte de otro alumno u otra alumna, también supondrá la anulación de la prueba para el alumno o la alumna que facilita dicha información.
- El incumplimiento de las normas durante el desarrollo de una prueba, además de la correspondiente evaluación negativa y la aplicación del régimen sancionador que proceda, supondrá la inmediata retirada de la prueba al alumno y el abandono del local donde se realizan las pruebas.

5.2.2.- Tareas individuales.

Cada unidad tendrá una tarea como mínimo, que incluirá y evaluará una parte o la totalidad de los criterios de evaluación asociados a dicha unidad. Las tareas consistirán fundamentalmente en la realización de ejercicios prácticos fundamentados en un caso práctico.

Tareas individuales online.

El **proceso de corrección** de la tarea se realizará a través de una **rúbrica** que se detallará en el enunciado de cada tarea y en la que podrás ver el detalle de criterios de evaluación (CE) asociados a cada aspecto o elemento evaluable de la tarea (puntos de control). Cada uno de esos puntos de control será evaluado entre cero y una determinada puntuación indicada en la rúbrica.

El alumnado **podrá entregar hasta un máximo de 2 veces** la solución de una misma tarea, siempre que en el **primer intento** tenga una **nota inferior a 5** sobre 10 (o 50 sobre 100) y se entregue al menos 7 días naturales antes de la fecha tope de entrega.

El **segundo intento** (también conocido como *"segunda entrega"*) tendrá un **plazo máximo de entrega de 7 días naturales** después de que el profesorado haya calificado como suspensa la primera entrega. Este segundo intento deberá **ajustarse** siempre a la **fecha obligatoria** de entrega indicada **en el calendario de la plataforma de cada unidad**, no pudiendo superarse esta fecha en ningún caso. Esto significa que, si el alumnado quiere optar a un segundo intento, deberá entregar la tarea **al menos 7 días naturales antes de la fecha tope de entrega**.

Es recomendable que el envío de las tareas se realice de forma escalonada y progresiva, evitando enviar de golpe un conjunto grande de tareas al mismo tiempo. **Además, es conveniente no enviar las tareas muy cerca de la fecha tope de entrega para poder garantizar la corrección con suficiente antelación en caso de que se opte a un segundo intento. De no ser así, no se garantiza el tener las correcciones a tiempo para ofrecer un segundo intento, ya que podría darse el caso en que el docente no cuente con tiempo suficiente para responder al envío masivo de tareas.**

Se considerará entregada la tarea y se calificará con **0 puntos** para todos los criterios de evaluación en los casos siguientes:

- La tarea corresponde a otro módulo, se encuentra sin contenido alguno o no se puede abrir o leer.
- La entrega se encuentra incompleta o no corresponde a lo que se solicita en el enunciado de la tarea.
- La tarea ha sido copiada.

El alumnado debe comprobar una vez subida la tarea que la entrega está correcta para que, en caso de incidencia o error, se notifique de manera inmediata al profesorado del módulo. En caso contrario, se aplicarán las medidas anteriores.

Si se detecta que el/la alumno/a ha copiado en alguna de las tareas, supondrá una calificación de 0 puntos en esta para todos los criterios de evaluación. Si la copia se ha realizado de otro/a alumno/a supondrá una calificación de 0 puntos en dicha tarea para ambos alumnos/as.

Tareas individuales presenciales.

El alumnado a lo largo del curso irá realizando o defendiendo en las sesiones presenciales una serie de actividades que el profesorado irá evaluando.

Por ejemplo, defensa de trabajos, ejercicios prácticos, etc, mandados en clase o en la plataforma.

Algunas de estas actividades presenciales serán evaluables, lo que significa que su realización por parte del alumnado es obligatoria. Además, **en todos los trimestres o evaluaciones se debe realizar, como mínimo, una tarea presencial obligatoria**.

Las **tareas presenciales marcadas como obligatorias exigirán al alumnado a presentarse** o de lo contrario se calificarán **todos los criterios de evaluación que se iban a evaluar en dicho instrumento con un 0**.

En los **periodos de recuperación de cada trimestre se repetirá esta tarea presencial obligatoria para aquel alumnado que NO haya podido asistir por causas justificadas documentalmente en los dos días siguientes a la realización de dicha tarea** (certificado médico, certificado de la empresa o similares).

En el apartado 3.1. Sesiones presenciales puedes ver un listado de todas las tareas presenciales a realizar en el curso así como su planificación.

5.2.3- Foros.

Se debe tener en cuenta que, por norma general, la **participación libre, el debate o las consultas en los foros no son objeto de evaluación directa**. Por tanto, no se puede asignar una calificación basada únicamente en la frecuencia de las intervenciones o en el volumen de mensajes del alumnado.

Sin embargo, de conformidad con el artículo 35.2 de la Orden de 11 de febrero de 2026, **sí podrá utilizar el foro como instrumento de evaluación cuando este se articule como una tarea formal** dentro de la programación didáctica. En tal caso, la evaluación deberá centrarse de forma exclusiva en la calidad y el rigor técnico de la aportación mediante la correspondiente rúbrica, sin valorar la cantidad de interacciones realizadas.

5.2.4.- Tareas de Recuperación y Mejoras de Competencia.

Las **tareas de recuperación y las actividades de mejora de competencias** (subida de nota) son mecanismos de evaluación continua orientados a garantizar que el alumnado alcance o profundice en los Resultados de Aprendizaje (RA) del módulo.

En las modalidades virtual y semipresencial, al tener una sola convocatoria por curso, estas actividades de refuerzo y mejora se llevarán a cabo durante el periodo comprendido entre la última sesión de evaluación parcial y la evaluación final. Es decir, tras las pruebas de febrero/parciales y antes del cierre de las actas de junio.

Estas tareas emplean las mismas rúbricas o ponderaciones fijadas en el diseño inicial del módulo.

La Orden de 18 de septiembre de evaluación establece estas tareas han de vincularse a los RA y CE de evaluación del módulo. **A continuación, se debe detallar:**

- En qué consistirán estas actividades.
- Se indica en qué momento se van a realizar.

Debes conocer

La **realización de estas tareas no se aplican sobre las pruebas presenciales, sino sobre las tareas realizadas en las diferentes unidades.** Al desarrollarse de manera telemática no podrán recuperarse o mejorar competencias en aquellas actividades que sean de carácter presencial.

La calificación final será la más alta obtenida para cada uno de los criterios comparando con la media de las tareas realizadas con anterioridad, independientemente de que se trate de recuperación o mejora de competencia.

Tabla para tareas de recuperación o mejora

Tareas de Recuperación y mejora de competencias	RA Implicados	CE Implicados	Fecha de Realización

5.2.5.- Prueba objetiva de recuperación de la pérdida de la evaluación continua.

La pérdida de la evaluación continua viene recogida en el Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la Orden de 18 de septiembre de 2025 y la Orden de 11 de febrero de 2026.

El proyecto educativo del centro determina que la pérdida de la evaluación continua en esta modalidad se producirá cuando supere el 20% de faltas de asistencia a las sesiones presenciales, con independencia de que las faltas estén justificadas.

Estas tareas emplean las mismas rúbricas o ponderaciones fijadas en el diseño inicial del módulo.

La Orden de 18 de septiembre de evaluación establece que estas tareas han de vincularse a los RA y CE de evaluación del módulo. A continuación, se debe detallar:

- En qué consistirán estas actividades.
- Se indica en qué momento se van a realizar.

Debes conocer

La realización de estas tareas no se aplica sobre las pruebas presenciales, sino sobre las tareas realizadas en las diferentes unidades. Al desarrollarse de manera telemática, no podrán recuperarse o mejorar competencias en aquellas actividades que sean de carácter presencial.

En función de cómo se desarrolle la prueba, se obtendrá la calificación final, se informará al alumnado de qué forma se va aplicar.

Tabla de propuesta de pruebas ante la pérdida de evaluación continua.

Prueba objetiva para la recuperación de la pérdida de evaluación continua	RA Implicados	CE implicados	Fecha de Realización

5.3.- Calificación final y superación del módulo.

Calificación del módulo en el centro educativo

El marco que regula los requisitos y procedimientos para la superación de módulos profesionales en la Oferta Modular Diferenciada en Andalucía se rige de manera conjunta por el Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, las Órdenes de Evaluación (18 de septiembre de 2025), de Oferta Modular (11 de febrero de 2026), así como por las Instrucciones de evaluación de la Dirección General de Formación Profesional y las instrucciones de 20 de mayo de 2026.

Con carácter general, para superar un módulo:

- Se requiere una calificación final numérica entera entre 5 y 10 puntos. Las calificaciones inferiores a 5 se consideran negativas (no superadas).
- Se han superado los Resultados de Aprendizaje en tu programación para garantizar el logro de las competencias.

Por otra parte, debes tener en cuenta que:

- Es un requisito legal inexcusable que el alumnado realice la prueba presencial final obligatoria del mes de junio.
- Esta calificación se armonizará con el seguimiento continuo solo si se ha alcanzado el cinco en las pruebas presenciales de febrero y junio.

La prueba presencial del mes de junio se considerará superada cuando la calificación de la misma sea igual o superior a **5,0 puntos** y se haya obtenido una nota igual o superior a **5,0** en cada una de las partes o bloques obligatorios que la componen.

Si la calificación de la prueba presencial del mes de junio es inferior a 5,0 (o no se alcanza la calificación mínima exigida en alguna de sus partes), el módulo se considerará **no superado**. En este supuesto, la calificación final máxima a la que el alumnado podrá optar en las actas de evaluación será de **4 (Insuficiente)**, con independencia de la calificación obtenida al aplicar la media ponderada a los diferentes Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación trabajados en la evaluación continua.

La calificación final del módulo en el centro educativo se obtendrá a partir de la media ponderada de los diferentes Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación trabajados, los cuales serán evaluados sobre 10 puntos a través de los instrumentos descritos en el punto 5.1 de esta programación. La superación aislada de un instrumento de evaluación (como por ejemplo la prueba presencial) no conlleva la superación directa del módulo.

Superación del módulo

Para superar el módulo profesional será requisito indispensable haber obtenido una calificación igual o superior a 5,0 en el centro educativo y haber alcanzado la calificación de SUPERADO en el periodo o módulo correspondiente a la Formación en Empresa u Organismo Equiparado (FFEOE). Esta calificación se refleja como una nota numérica entera.

Se puede dar un aplazamiento de la FFEOE (Calificación provisional "X/PFE"), cuando, por razones organizativas o de plazas, la fase de empresa de un módulo dualizado deba realizarse en un curso académico posterior. En este caso, el centro consignará provisionalmente la calificación en Séneca mediante la fórmula «X/PFE»:

- «X» representa la nota numérica (de 1 a 10) obtenida correspondiente a la totalidad de los RA del módulo y que, al no haberse realizado la FFEOE, han debido ser evaluados todos ellos íntegramente en el centro docente.
- «PFE» indica que la formación en empresa está pendiente.
- Efecto de no superación: La norma prescribe que los módulos con calificación provisional «X/PFE» se considerarán formalmente como no superados a efectos de certificación y titulación.
- Excepción para promoción y permanencia: No obstante, para determinar la permanencia en la oferta modular o la promoción de curso, únicamente se tomará en consideración el valor numérico «X» (el cual debe ser igual o superior a 5), omitiendo temporalmente si la FFEOE está pendiente.

6.- Formación en Empresa u Organismo equiparado.

Este módulo participa en la fase de formación en empresa u organismo equiparado.

Para poder realizar la formación en empresa u organismo equiparado, el alumno/a debe haber superado el **RA2** correspondiente a la prevención de riesgos laborales del módulo **Itinerario para la Empleabilidad I.**

También se puede acreditar mediante curso específico habilitado en la plataforma virtual.

Además, el alumnado debe tener también superado el siguiente criterio de evaluación de este módulo, relacionado con la prevención de riesgos laborales:

RA5. e) Se ha analizado la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales, para garantizar su cumplimiento durante la realización de las acciones promocionales.

Los **resultados de aprendizaje**, así como sus **criterios de evaluación asociados,** quedan recogidos en la tabla del apartado 5.1.- Ponderación de resultados de aprendizaje, de esta programación.

Las **actividades formativas** que se desarrollarán son:

ACCIONES FORMATIVAS A REALIZAR EN LA EMPRESA	RA implicados	CE implicados
RA5. Diseña un sistema de motivación y remuneración de los vendedores, teniendo en cuenta los objetivos de ventas, el presupuesto, los valores y la identidad corporativa de la empresa.	RA5	completo
AF209. Propone acciones para la gestión de situaciones conflictivas en el equipo de comerciales, aplicando técnicas de negociación y resolución de conflictos.	RA6	completo

Cuando dicha calificación sea **SUPERADO**, la calificación del módulo será la nota obtenida en el módulo aplicando la media ponderada de los distintos RA y CE adquiridos en el centro educativo recogidos en el punto 5.1.- Ponderación de resultados de aprendizaje, de esta programación tal y como se detalla en el apartado 5.3.- Calificación y superación del módulo.

En caso de obtener una calificación de **NO SUPERADO**, la nota del módulo, solo si se ha obtenido una calificación superior o igual a 5, quedará guardada pero pendiente de superar el módulo hasta que se obtenga una calificación de **SUPERADO** en la formación en empresa.

En caso de que la fase de formación en empresa u organismo equiparado se vea interrumpida, el alumno/a quedará pendiente de superar dicha fase de formación en empresa en otro curso.

- El resultado de aprendizaje que se impartirá en la empresa es el RA5 y RA6 (ponderación de 15% y 8% respectivamente), que se corresponden con la unidad de trabajo 5.
- La Fase de Formación en la Empresa comprende el periodo 12 de abril al 11 de junio, esto es, 44 días lectivos y un total de 20 horas lectivas del módulo.

Las tareas de Formación de Empresa en el aula virtual son:

- En el caso de que el alumnado vaya a la FFEOE, un reflejo de las actividades formativas del plan de formación inicial. En este caso, el alumnado desarrollará estas actividades en la empresa.
- En el caso de que el alumnado aplace la FFEOE, se plantean tareas en el aula virtual para que este alumnado pueda alcanzar todos los criterios de evaluación y superar el módulo.
- Si el docente lo considera necesario, el alumnado que va a la FFEOE podrá realizar tareas asociadas a CE determinados, tanto en el aula virtual como en la empresa.

7. Bibliografía.

Recomendación

Libros

- “Organización de equipos de venta”. Martínez, A. Edit. Paraninfo. 2018.
- “Dirección de ventas”. Artal, M. Edit. ESIC. 2017.
- “Construir equipos ganadores”. Martínez Itté, J. Edit. LID. 2019.
- “Gestión profesional y emocional de equipos”. Postigo, I. Edit. ESIC. 2018..
- Material disponible en el aula virtual.

Web

- https://psicologiayempresa.com/
- https://recursos-humanos.infojobs.net/
- https://noticas.juridicas.com/
- https://todofp.es/

8. Recursos necesarios.

Recomendación

- Ordenador con acceso a Internet y a la plataforma de la Junta de Andalucía. Plataforma Online Educación a Distancia. https://educacionadistancia.juntadeandalucia.es/adistancia
- Sistemas operativos Windows 7/10, Windows Server 2012/2016 y Ubuntu 19.04/20.04.
- Navegador Internet Explorer/Mozilla/Chrome/Opera/Safari para el acceso a Internet.
- Suite Microsoft Office y/o OpenOffice.
- Internet: Redes Sociales, Google adword, MailChimp, Google analityc, Twitter, Facebook, Pinterest, etc.