



1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36014544	Indalecio Pérez Tizón	Tui	2024/2025

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM03	Xestión de vendas e espazos comerciais	Ciclos formativos de grao superior	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0928	Organización de equipos de vendas	2024/2025	5	87	104
MP0928_12	Estrutura e selección dos equipos de vendas	2024/2025	5	35	42
MP0928_22	Formación e xestión de equipos de vendas	2024/2025	5	52	62

(*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA JESÚS GARBÍN DOMÍNGUEZ
Outro profesorado	

Estado: Supervisada



2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

Este módulo profesional contén a formación necesaria par desempeñar as función de organización, xestión e control da forza de vendas. Estas función abranguen aspectos tales como:

- Fixación de obxectivos, medios e estratexias para a execución do plan de vendas.
- Determinación do tamaño e a estrutura organizativa do equipo de comerciais.
- Determinación do número e a frecuencia das visitas que haxa que realizar á clientela.
- Asignación de zonas de venda, clientes/as ou mercados entre o persoal vendedor.
- Deseño de rutas de venda e planificación das visitas á clientela.
- Recrutamento e selección do persoal de vendas.
- Elaboración de plans de formación e perfeccionamento de comerciais.
- Motivación, incentivos e remuneración do persoal de vendas.
- Resolución de conflitos no equipo de vendas.
- Avaliación e control do rendemento e da actuación do equipo de vendas.

3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	Determinación da estrutura organizativa da empresa o do tamaño do equipo de vendas.	Se establecerán as funcións do departamento de vendas e os seus obxectivos. Se prestará unha especial atención ao análise da estrutura do equipo de vendas: tamaño, organización por territorios, clientes ou produtos. Neste punto, se estudarán as distintas rutas de vendas e o tempo medio da visita os clientes.	20	20
2	Determinación das características do equipo comercial.	Se establecen as funcións do vendedor na venda persoal e os diferentes tipos de vendedores. Se prestará unha especial atención ao análise das características persoais e habilidades profesionais do vendedor.	11	10
3	Asignación dos obxectivos de venda aos membros do equipo comercial.	Se profundizará de forma específica na importancia dos obxectivos cuantitativos que se fixan para o equipo de vendas e se analizarán os obxectivos cualitativos. Se exporán os conceptos fundamentais relativos a ficheiros de clientes.	11	10
4	Plans de formación, perfeccionamento e reciclaxe de equipos comerciais	Detallar cada unha das habilidades e formación do equipo de vendas. Nesta unidade se abordan os distintos métodos formativos e os plans de formación inicial e continua para vendedores. Evaluación destes plans formativos, e se contemplan as entidades públicas e privadas con plans de formación continua para comerciais.	30	30
5	A motivación e retribución do equipo comercial.	Se enumerarán as distintas teorías del liderazgo, centrándonos naquelas dirixidas a motivación do equipo de vendas. Analizaráanse tamén os incentivos económicos e os diferentes sistemas de remuneración de vendedores.	10	10
6	A xestión de situación conflitivas nun equipo de comerciais.	Análisis das técnicas dirixidas a resolución de conflitos nas relacións laborais, situando nun lugar especial a solución de conflitos con a intervención de terceiros por medio da conciliación, a mediación e o arbitraje.	11	10
7	Sistema de avaliación e control dos resultados de vendas e actuación do equipo comercial.	Evaluación de resultados. Así, se describirán os estándares, o control por ratios e o control estatístico, pasando posteriormente a establecer o procedemento de control ABC de clientes e as accións correctoras.	11	10



4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Determinación da estrutura organizativa da empresa o do tamaño do equipo de vendas.	20

4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Determina a estrutura organizativa e o tamaño do equipo comercial, axustándose á estratexia, aos obxectivos e ao orzamento establecidos no plan de vendas	SI

4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Analizáronse os tipos de organización dun equipo comercial en función do tipo de empresa, dos mercados, da clientela e dos produtos que comercializa
CA1.2 Definiuse a estrutura organizativa da forza de vendas, determinando os recursos humanos e materiais necesarios para o desenvolvemento do plan de vendas
CA1.3 Calculouse o tempo medio de duración da visita, e o número e a frecuencia das visitas necesarias para atender a clientela
CA1.4 Determinouse o número de visitas que cada vendedor ou vendedora deben realizar á clientela, en función da xornada laboral
CA1.5 Calculouse o tamaño do equipo de vendas en función das zonas xeográficas de implantación, o tipo de venda, o número de clientes/as, os puntos de venda, os produtos ou servizos comercializables, e o orzamento dispoñible
CA1.6 Delimitáronse as zonas de vendas e asignáronse ao persoal vendedor segundo o potencial de venda, a carga de traballo, e os obxectivos e os custos da empresa
CA1.7 Planificáronse as visitas á clientela, deseñando as rutas de venda que permiten aproveitar optimamente o tempo do persoal vendedor e reducir os custos

4.1.e) Contidos

Contidos
Funcións do departamento de vendas.



Contidos
Obxectivos e estrutura do plan e a forza de vendas. Organización do equipo de vendas: por zonas ou territorios xeográficos, por produtos, por mercados, por clientes/as e mixto. Cálculo do tamaño óptimo do equipo de vendas segundo criterios establecidos. Número e frecuencia das visitas á clientela real e potencial. Deseño e planificación de rutas de vendas. Asignación ao persoal vendedor de zonas de venda, rutas ou clientes/as. Aplicacións informáticas de xestión e control de plans de venda.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	Determinación das características do equipo comercial.	11

4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina as características do equipo comercial, describindo os postos de traballo e o perfil do persoal vendedor ou comercial	SI

4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Determináronse as funcións e as responsabilidades do persoal vendedor dun equipo de vendas
CA2.2 Caracterizáronse os tipos de vendedores/as en función do tipo de venda, o tipo de produto e as características da empresa
CA2.3 Definíronse as competencias e as características do persoal comercial para a execución dun plan de vendas
CA2.4 Describiuse o posto de traballo nun equipo comercial, definindo as tarefas, as funcións e as responsabilidades que cumpra desenvolver



Criterios de avaliación
CA2.5 Describiuse o perfil da persoa candidata idónea, definindo as características e os requisitos que debe cumprir o/a vendedor/ora para ocupar o posto descrito
CA2.6 Determináronse as accións necesarias para o recrutamento de persoas candidatas a un posto de traballo no equipo de vendas
CA2.7 Establecéronse os criterios de selección, o procedemento e os instrumentos que haxa que utilizar para seleccionar o persoal de vendas

4.2.e) Contidos

Contidos
Funcións do persoal vendedor na venda persoal. Tipos de vendedores/as. Características persoais dos/as vendedores/as profesionais. Habilidades profesionais, coñecementos e requisitos que se lles exixen. Fases do proceso de selección de persoal vendedor. Descrición do posto de traballo. Perfil do/a comercial ou vendedor/ora: o profesiograma. Captación e selección de comerciais.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Asignación dos obxectivos de venda aos membros do equipo comercial.	11

4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Planifica a asignación dos obxectivos de venda aos membros do equipo comercial, aplicando técnicas de organización e xestión comercial	SI



4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Determináronse os principais obxectivos e os medios necesarios para a execución dos plans de venda, sinalando os obxectivos cuantitativos e cualitativos
CA3.2 Determinouse a finalidade da dirección por obxectivos no relativo á definición de obxectivos, responsabilidades, competencias persoais, prazos, motivación, apoio técnico-emocional e toma de decisións
CA3.3 Aplicáronse técnicas de comunicación, presentación e reunións de equipo para lles explicar o plan de vendas e os obxectivos xerais e específicos aos membros da forza de vendas
CA3.4 Aplicáronse métodos para a repartición dos obxectivos colectivos e individuais e as cotas de venda entre os membros do equipo comercial, fomentando a idea de responsabilidade compartida e a transparencia na xestión e na información
CA3.5 Analizáronse os factores fundamentais para o éxito na planificación de obxectivos comerciais
CA3.6 Identifícaronse as actividades de prospección, difusión e promoción que ten que realizar o equipo de vendas para alcanzar uns obxectivos de venda determinados
CA3.7 Elaboráronse plans de prospección da clientela utilizando diferentes métodos
CA3.8 Elaboráronse e actualizáronse ficheiros da clientela cos datos máis salientables de cada persoa

4.3.e) Contidos

Contidos
Obxectivos cuantitativos e cualitativos. Dirección por obxectivos. Asignación dos obxectivos de vendas aos membros do equipo. Actividades vinculadas ao plan de vendas. Reunións. Incorporación ao equipo de vendas. Ferramentas do persoal vendedor: manual. Métodos de prospección da clientela. Creación e mantemento de bases de datos.



4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Plans de formación, perfeccionamento e reciclaxe de equipos comerciais	30

4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Define plans de formación, perfeccionamento e reciclaxe de equipos comerciais, cumprindo os obxectivos e os requisitos establecidos	SI

4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícaronse as necesidades de formación individuais e grupais dun equipo de comerciais
CA1.2 Establecéronse os obxectivos do plan de formación do persoal vendedor, en función dos obxectivos de vendas e das necesidades detectadas
CA1.3 Determináronse a estrutura e os contidos dun plan formativo inicial para o departamento comercial, en función dos obxectivos establecidos, os requisitos do traballo que cumpra realizar e o orzamento dispoñible
CA1.4 Establecéronse as actividades formativas para un plan de formación continuo do equipo de comerciais en función do orzamento establecido, adecuándoas aos obxectivos previstos e ás necesidades da empresa
CA1.5 Programouse a formación teórica e de campo do persoal vendedor, aplicando técnicas de organización do traballo e programación de tarefas
CA1.6 Avaliáronse as vantaxes e os inconvenientes dun plan de formación en relación con outro plan alternativo
CA1.7 Valorouse a eficacia dun plan de formación do equipo de vendas, en función dos obxectivos cumpridos e dos resultados obtidos

4.4.e) Contidos

Contidos
Formación e habilidades do equipo de vendas.
Definición das necesidades formativas do equipo de vendas.
Obxectivos e métodos de formación en equipos comerciais.



Contidos
Plans de formación inicial do persoal vendedor.
Programas de perfeccionamento e formación continua de equipos de comerciais.
Formación teórico-práctica e sobre o terreo.
Avaliación de plans de formación.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	A motivación e retribución do equipo comercial.	10

4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Deseña un sistema de motivación e remuneración do persoal vendedor, tendo en conta os obxectivos de vendas, o orzamento, os valores e a identidade corporativa da empresa	SI

4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Identifícaronse os estilos de mando e liderado aplicables a equipos comerciais, e aplicáronse técnicas de dinámica e dirección de grupos para o traballo en equipo
CA2.2 Realizouse unha análise comparativa entre o perfil dos membros do equipo de traballo e os seus papeis na dinamización e na motivación do grupo
CA2.3 Identifícaronse as competencias emocionais, intrapersoais e interpersoais que debe ter a persoa responsable ou que exerza a xefatura dun equipo de vendedores/as
CA2.4 Determináronse os principais aspectos e elementos de motivación e satisfacción no traballo dun equipo comercial
CA2.5 Definíronse os plans de carreira profesional, de mellora, de ascensos a postos de responsabilidade e de recoñecemento da valía dos membros do equipo, fomentando o ascenso e a promoción dentro da empresa
CA2.6 Establecéronse incentivos económicos para o equipo comercial en función de parámetros de rendemento e produtividade prefixados, coñecidos e avaliábeles
CA2.7 Analizáronse as condicións de retribución e a xornada laboral efectiva dos equipos comerciais segundo distintas situacións laborais



Criterios de avaliación
CA2.8 Determinouse o sistema de remuneración do equipo comercial máis axeitado, segundo criterios de custo ou orzamento necesario

4.5.e) Contidos

Contidos
Prototipos culturais de empresa. Estilos de mando e liderado. Técnicas de dinámica e dirección de grupos. Motivación do equipo de vendas. Incentivos económicos. Mellora das condicións e da promoción interna. Formación e promoción profesional. Retribución e rendemento do equipo de vendas. Sistemas de remuneración.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	A xestión de situacións conflitivas nun equipo de comerciais.	11

4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Propón accións para a xestión de situacións conflitivas no equipo de comerciais, aplicando técnicas de negociación e resolución de conflitos	SI



4.6.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Analizáronse as situacións de tensión e conflito que habitualmente se producen nun equipo de traballo
CA3.2 Establecéronse estratexias de actuación ante as situacións emocionais intensas e de crise que se poden atopar no ámbito do traballo dos equipos comerciais
CA3.3 Definíronse as estratexias para mellorar a integración e a cohesión do grupo, describindo os papeis das persoas integrantes do equipo de vendas
CA3.4 Analizáronse as técnicas de prevención e detección de conflitos, estilos de negociación e funcionamento do grupo dun equipo de comerciais
CA3.5 Identifícaronse os estilos de resolución de conflitos e o papel da persoa responsable do equipo de comerciais
CA3.6 Aplicáronse técnicas de comunicación asertivas, identificando os factores de comunicación verbal e non verbal nun equipo comercial

4.6.e) Contidos

Contidos
Tipos de conflitos nas relacións laborais.
Técnicas de resolución de situacións conflitivas.
Negociación e consenso entre as partes.
Conciliación, mediación e arbitraje.
Métodos de decisión en grupo.

4.7.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
7	Sistema de avaliación e control dos resultados de vendas e actuación do equipo comercial.	11



4.7.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Deseña o sistema de avaliación e control dos resultados de vendas e a actuación do equipo comercial, e propón, de ser o caso, as medidas correctoras oportunas	SI

4.7.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA4.1 Identifícanse as variables e os parámetros necesarios para o control no desenvolvemento do plan de vendas
CA4.2 Aplícanse os métodos e as razóns para medir a execución e a calidade do plan e o desempeño do equipo de vendedores/as
CA4.3 Elaborouse unha ficha de cliente/a co parte diario das actividades realizadas polo/a comercial
CA4.4 Calculáronse indicadores e razóns de rendibilidade por produto, por cliente/a e por comercial
CA4.5 Analízase a evolución e a tendencia das vendas por produto, por cliente/a e por comercial
CA4.6 Avaliouse a actuación dos membros do equipo de traballo, calculando e analizando as desviacións respecto aos obxectivos previstos
CA4.7 Propuxéronse medidas correctoras para rectificar as desviacións detectadas
CA4.8 Redactáronse informes sobre os resultados obtidos no equipo de vendas, que avalíen á súa vez os coñecementos, as habilidades e as actuacións destes

4.7.e) Contidos

Contidos
Variables de control cuantitativas e cualitativas.
0Elaboración de informes de seguimento e control do equipo de comerciais.
Criterios e métodos de avaliación e control da forza de vendas.
Fixación de estándares de avaliación e control.
Avaliación da actividade de vendas en función dos resultados obtidos. Cálculo das desviacións.



Contidos
Control estatístico das vendas.
Control por razóns.
Avaliación da calidade do traballo e desempeño comercial.
Avaliación do plan de vendas e satisfacción da clientela.
Accións correctoras para rectificar as desviacións con respecto aos obxectivos do plan de vendas.

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

Os contido mínimos para acadar a avaliación positiva son os seguintes:

- 1.- Determinación da estrutura organizativa e do tamaño do equipo de vendas: obxectivos e funcións do departamento de vendas, organización do equipo de vendas segundo distintos criterios, nº e frecuencia das visitas, cálculo do tamaño óptimo do equipo de vendas, deseño e planificación de rutas de vendas e asignación de persoal vendedor de zonas de venda, rutas ou clientes/as.
- 2.- Determinación das características do equipo comercial: tipos e funcións dos vendedores, características persoais e habilidades profesionais; descrición do posto de traballo e perfil do/da comercial ou vendedor/ora: o profesiograma.
- 3.- Planificación da asignación dos obxectivos ós membros do equipocomercial: tipoloxía de obxectivos, asignación de obxectivos ós membros do equipo, actividades vinculadas ao plan de vendas, reunións, ferramentas do persoal vendedor: manual, métodos de prospección da clientela e creación e mantemento de bases de datos.
- 4.- Definición de plans de formación, perfeccionamento e reciclaxe de equipos comerciais: definición das necesidades formativas, obxectivos e métodos de formación, plans de formación inicial do persoal vendedor, programas de perfeccionamento e formación continua de equipos comerciais, formación teórico-práctica e sobre o terreo e avaliación de plans de formación.
- 5.- Deseño dun sistema de motivación e retribución do equipo comercial: prototipos culturais de empresa, estilos de mando e liderado, técnicas de dinámica e dirección de grupos, motivación do equipo de vendas (incentivos económicos e mellora das condicións e da promoción interna), formación e promoción, e retribución e rendemento do equipo de vendas.
- 6.- Xestión de situacións conflitivas nun equipo de comerciais: tipos de conflitos nas relacións laborais, técnicas de resolución de situacións conflitivas, negociación e consenso entre as partes, e conciliación, mediación e arbitraje.
- 7.- Deseño do sistema de avaliación e control dos resultados de vendas e actuación do equipo comercial: variables de control, criterios e métodos de avaliación e control da forza de vendas, fixación de estándares de avaliación e control, avaliación en función dos resultados obtidos e cálculo das desviacións, control estatístico das vendas, avaliación da calidade do traballo e desempeño comercial, avaliación do plan de vendas e satisfacción da clientela, accións correctoras para rectificar as desviacións e elaboración de informes de seguimento e control do equipo de comerciais.

O alumnado será avaliado cunha puntuación entre 1 e 10, e deberá obter unha nota igual ou superior a 5 en cada unha das unidades didácticas para aprobar o módulo de "Organización de equipos de venda".

Para obter unha avaliación positiva deste módulo, teranse que ter adquiridas as competencias correspondentes aos criterios de avaliación que figuran como mínimo esixible en cada unha das unidades didácticas.



Segundo o art.15.5º do RD 1538/2006, "A calificación dos módulos profesionais será numérica, entre un e dez. Considéranse positivas as puntuacións iguais ou superiores a cinco puntos". A este respecto un 4,9 será suspenso.

A nota final do módulo obtense segundo a ponderación establecida no apartado 3 desta programación, unicamente se ponderará as notas das distintas unidades didácticas cando a súa cualificación sexa cinco ou máis de cinco, no caso contrario, que algunhas UD non estén superadas, a nota final será como máximo dun 4. Deste mesmo xeito calcularase a nota da avalización, se non están superadas todas as UD a nota máxima será dun catro.

Dependendo do Criterio de Avaliación de cada unidade didáctica, os instrumentos de avalización a utilizar serán principalmente LC, TO, PE. Para os mínimo esixibles deberán alcanzar un 5 sobre 10 mediante o instrumento de avaliación seleccionado.

A nota de cada UD será o resultado de calcular a media ponderada entre: a nota da Proba Escrita e o traballo que se asignara á UD correspondente. A Proba escrita terá unha ponderación dun 60% e o traballo dun 40%. O traballo corresponde a unha idea de negocio a realizar en grupo, no que se determinará un equipo de vendas e se irá complementando cos CA da UD que se indique. A UD 1, 2 e 4 teñen obrigatoriamente asignado un traballo c coa ponderación do 40% , poderase engadir traballos nas restantes UD coa mesma ponderación. A efectos de ponderación os traballos realizados unicamente se ponderarán si a PE da UD acadara como mínimo un 4. Reitérase a obrigatoriedade de entregar en prazo os traballos asignados na UD 1,2,4 e os traballos que se engadan nas restantes UD, en caso de non entregar os traballos non se superará a UD correspondente .

Para comprobar a elaboración propia, poderá esixirse a exposición e a formulación de preguntas sobre o mesmo.

Os prazos de entrega das tarefas son improrrogables, sendo fixados cun marxe de tempo suficientemente amplo, a excepción de causa xustificada, salvo enfermidades de longa duración ou hospitalización, estudarase cada caso de xeito individualizado.

Para superar cada UD a PE deberá chegar a un 4 e poder realizar a ponderación co traballo entregado, en caso de non entregar o traballo a UD estará non superada aínda que a PE acadara un 5.

Respecto á PE de avaliación, poderá ser teórica, práctica, teórico-práctica, ou proba tipo test.

A nota da primeira avaliación corresponderá ao resultado acadado na Unidade Formativa 1.

A nota da segunda avaliación corresponderá ó resultado acadado na Unidade Formativa 2.

Os traballos antes mencionados valorarase cun 40% o cal corresponde cun proxecto de idea de negocio que realizarán en grupos, no que teñen que crear un equipo de vendas para ese negocio, tendo que ir ampliando os coñecementos engadindo os CA das UD correspondentes . En calquera momento o docente poderá decidir si cambian de tipo de negocio ou se o alumnado se integra noutro equipo, ademais de valorarse os CA acadados tamén, a presentación do documento e a presentación verbal e non verbal da exposición do mesmo, tamén se poderán valorar a desenvolvemento en xogos de rol demostrando os coñecementos adquiridos.

En caso de sospeitar de que o traballo non foi feito polo alumno/a, poderase solicitar a súa exposición e realización de preguntas orais.

Previo á recuperación, resolveranse as dúbidas do alumnado suspenso, repasando exercizos teóricos-prácticos feitos e corregidos pola profesora que imparte o módulo, e se fose necesario indicaranse actividades complementarias.



6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

Se algún alumno/a non superase algunha unidade formativa, terá dereito a unha proba que englobe os contidos mínimos das que teña suspensas, realizando PE, ademais o alumnado obrigatoriamente deberá entregar o traballo

que corresponda a cada UD, consistente nunha idea de negocio no que se inclúe un equipo de vendas cos contidos que se imparten en cada UD, este traballo poderá solicitarse a a súa exposición así como preguntas orais para corroborar que foi feito polo alumno/a, a non entrega de este traballo impedirá a superación do módulo, ou das UF a que corresponda.

Previo á recuperación, resolveranse as dúbidas do alumnado suspenso, repasando exercizos teóricos-prácticos feitos e corridos pola profesora que imparte o módulo, e se fora necesario indicaranse actividades complementarias.

Reiterase que a ponderación é a seguinte: 60% PE e 40% o traballo, sendo necesario acadar un 4 na PE para poder facer media e a obrigatoriedade de entregar o traballo correspondente á UD para poder superar cada unha das UDs. Poderase comprobar por medio de exposición e preguntas si o traballo foi realizado polo alumno/a, en caso de solicitar a exposición valorarase tanto o contido, deseño do traballo, coma a exposición do mesmo e a información verbal e non verbal.

6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua

A perda deste dereito non supón a perda do dereito de seguir asistindo a clase.

A avaliación consistirá na realización dunha proba escrita, que constará dunha parte teórica e dunha parte práctica sobre os contidos do módulo:

-Poderá incluír cuestións de diferente tipo: de elección, de resposta curta e/ou de desenvolvemento, máis ou menos amplo, tipo test de cuestións relacionadas cos contidos do módulo.

Para superar a UD, 1,2,4 será obrigatorio entregar o traballo correspondente para cada UD, consistente na idea de negocio no que se inclúe un equipo de vendas cos contidos que se imparten en cada UD, poderá solicitarse a a súa exposición así como preguntas orais para corroborar que foi feito polo alumno/a, a non entrega de este traballo impedirá a superación do módulo.

A PE deberá chegar a un 4 para poder facer a media, en caso contrario a UD estaría non superada.

A proba escrita corresponde a un 60% e o traballo a un 40%. Reitérase a obrigatoriedade de entregar os traballos das UD 1,2,4 e deste xeito poder aprobar o módulo (ou as UF correspondentes), e poderase comprobar por medio de exposición e preguntas orais si o traballo foi realizado polo alumno/a, en caso contrario darase por non válido e non superará o o módulo (UF correspondente).



7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente

O obxectivo principal desta avaliación é a de corrixir as desviacións do proceso de ensinanza-aprendizaxe. Para conseguir isto teranse en conta os aspectos seguintes: A adecuación dos obxectivos ás características do grupo e o nivel de superación das actividades programadas. A idoneidade dos procedementos de avaliación utilizados e a adecuación dos criterios de calificación empregados foron descritos no apartado dos criterios onde se establecían os procedementos de avaliación do aprendizaxe do alumnado e os criterios de calificación que se aplicaban. En todo caso e despois de levar a cabo os diferentes seguimentos, xa sexan contínuos para observar o proceso de aprendizaxe; integrais considerando tanto a adquisición de novos conceptos, como procedementos, actitudes, capacidade de relación e comunicación e o desenvolvemento autónomo de cada alumno/a; individualizados comprobando o ritmo de aprendizaxe de cada un e non de todos en xeral, xa que proporciona información sobre a súa aprendizaxe, os seus progresos e o que pode facer segundo as súas posibilidades e orientada porque ofrece información permanente sobre a evolución do alumnado con respecto ao proceso de ensinanza-aprendizaxe, e comprobados os resultados, se intentará adecuar o máis posible a programación prevista, ao alumnado que este curso académico haxa no ciclo formativo.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Ó inicio de curso, e durante as primeiras semanas, farase unha avaliación inicial deste módulo de "Organización de equipos de venda" para poder saber cales son os coñecementos que ten o alumnado sobre o mesmo. Se enumerarán os contidos e algunhas das actividades que poderían realizarse. Terá en conta os coñecementos que adquiriron con anterioridade para poder ir adaptando o currículo do módulo ao alumnado presente e desta maneira intentar acadar os obxectivos e os resultados de aprendizaxe que conforman a programación que se propón, e se lles informará da relación que existe cos outros módulos que forman parte deste ciclo formativo.

8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados

Se aplicará unha metodoloxía que leve ao alumnado a asimilar os conceptos básicos necesarios; reducindo a simple memorización e que lle permita realizar as actividades prácticas correspondentes. As explicacións impartidas na aula se presentarán xunto co desenvolvemento dun número importante de actividades que optimicen o proceso de ensinanza-aprendizaxe. Ditas actividades se establecerán en grao crecente de dificultade, de maneira que a execución de unha sirva de base para a seguinte y, ademáis, sirvan ao alumnado e ao profesor como indicador para coñecer o grao de consecución dos obxectivos. Se tratará de non limitar o aprendizaxe do alumnado, para iso se programarán actividades ou traballos de ampliación para o alumnado máis aventaxado e de reforzo para os que deban recuperar conceptos que non dominan. Tamén se facilitará ao alumnado que non supere a avaliación a recuperación de dita materia con actividades complementarias e probas orais e escritas; así poderán demostrar que conseguiron adquirir as capacidades terminais e os obxectivos programados. Fomentar a reflexión individual e colectiva, o traballo en equipo e a axuda entre compañeiros/as.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

A formación teórico-práctica deste alumnado conta ademais cos valores positivos que se consideran imprescindibles na aula como son o traballo en equipo a súa actitude, o comportamento permanente na aula, as iniciativas que estean relacionadas co desenvolvemento dos contidos do módulo, a participación activa nas tarefas que se propoñan e nos debates que se realicen e todo aquilo que teña que ver co mesmo como son o respecto polos demais, a axuda entre eles e a crítica positiva, e están pensados principalmente para que unha vez rematen o ciclo o poidan poñer en práctica no seu traballo, ademais dos coñecementos que lles foron ensinados.

Se formarán en traballos individuais para que poidan ser escoitados e saber escoitar aos demais, pero sobre todo traballaran en grupo para que poidan aceptar as opinións dos compoñentes do grupo edesta maneira saber consensuar resultados. A reflexión persoal, aprender a valorarse en positivo como individuos, como equipo, como parte dunha corporación e como integrantes da sociedade.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Durante o curso realizaranse actividades complementarias, saídas didácticas a empresas, feiras e organismos.

10.Outros apartados

10.1) Bibliografía

Utilizarase como grúa o libro de Organización de equipos de venda da editorial Paraninfo, e o libro complementario para a reflexión en equipo "Manual prácticos de los Mejores Equipos" Autor Daniel Coyle.