

HOJA INFORMATIVA PARA LOS ALUMNOS
MÓDULO PROFESIONAL:
ORGANIZACIÓN DE EQUIPOS DE VENTAS
C.F.G.S.: GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

CURSO: 2017-18

Profesora: Noelia Medrano del Río.

INDICE

| | |
|---|---|
| 1. CONTENIDOS | 3 |
| 2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES | 5 |
| 3. COMPETENCIAS DEL CURSO RESPECTIVO PARA CADA MÓDULO | 6 |
| 4. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE QUE SE VAN A UTILIZAR | 7 |
| 5. OBJETIVOS EXPRESADOS EN TÉRMINOS DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 8 |

1. CONTENIDOS.

UT 1: 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.
- Organización del equipo de ventas: por zonas o territorios geográficos, por productos, por mercados, por clientes y mixta.
- Cálculo del tamaño óptimo del equipo de ventas según criterios establecidos.
- Tiempo medio de duración de la visita.
- Número y frecuencia de las visitas a los clientes reales y potenciales.
- Diseño y planificación de rutas de ventas: sistema de sectores, ruta de la margarita, ruta de trébol de cuatro hojas, sistema de línea recta y zonas y ruta de círculos concéntricos y espiral.
- Asignación a los vendedores de zonas de venta, rutas o clientes.
- Aplicaciones informáticas de gestión y control de planes de venta.

UT 2: Determinación de las características del equipo comercial:

- Funciones del vendedor en la venta personal.
- Tipos de vendedores.
- Características personales del vendedor profesional.
- Habilidades profesionales, conocimientos y requisitos que se exigen a los comerciales.
- Fases del proceso de selección de vendedores.
- Descripción del puesto de trabajo.
- Perfil del comercial o vendedor: el profesiograma.
- Captación y selección de comerciales: criterios de elección, elementos personales y profesionales. Reclutamiento de candidatos.
- Instrumentos de selección de vendedores cualificados. Aprobación y contratación del candidato.

UT 3: Planificación de la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial:

- Objetivos cuantitativos:
 - Incremento de ventas por comercial.
 - Incremento de ventas por producto.
 - Incremento del número de pedidos.
 - Incremento del número de visitas.
- Objetivos cualitativos:
 - Nuevos clientes.
 - Recuperación de clientes.
 - Nuevos productos.
 - Nuevos puntos de venta.
 - Otros.

- Dirección por objetivos: definición de objetivos, responsabilidades, competencias personales, plazos, motivación, apoyo técnico emocional y toma de decisiones.
- Asignación de los objetivos de ventas a los miembros del equipo.
- Actividades vinculadas al plan de ventas: prospección, difusión, promoción y servicios postventa.
- Métodos de prospección de clientes.
- Creación y mantenimiento de bases de datos.

UT 4: Definición de planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales:

- Formación y habilidades del equipo de ventas: desarrollo de competencias individuales y en grupo.
- Definición de las necesidades formativas del equipo de ventas.
- Carrera profesional del comercial.
- Objetivos y métodos de formación en equipos comerciales.
- Planes de formación inicial de vendedores: objetivos, contenido, metodología, duración y formadores.
- Programas de perfeccionamiento y formación continua de equipos de comerciales: objetivos, contenido y métodos.
- Formación teórico-práctica y formación sobre el terreno.
- Evaluación de planes de formación.

UT 5: Diseño de un sistema de motivación y retribución del equipo comercial:

- Prototipos culturales de empresa.
- Estilos de mando y liderazgo. Estilos de dirección. Teorías del liderazgo.
- Técnicas de dinámica y dirección de grupos.
- Motivación del equipo de ventas: teorías de la motivación. Diagnóstico de factores motivacionales. Elementos de motivación y animación del equipo de ventas. Reconocimiento de los logros del vendedor.
- Incentivos económicos.
- Mejora de las condiciones y promoción interna.
- Formación y promoción profesional.
- Retribución y rendimiento del equipo de ventas.
- Sistemas de remuneración del equipo de ventas: sistema de salario fijo, sistema retributivo a comisión, sistema combinado o mixto.
- Instrumentos de remuneración. Complementos de remuneración.

UT 6: Propuesta de acciones para la gestión de situaciones conflictivas en un equipo de comerciales:

- Tipos de conflictos en las relaciones laborales: de intereses, de derecho, individuales y colectivos, entre otros.
- Técnicas de resolución de situaciones conflictivas.
- Solución de conflictos sin intervención de terceros: negociación y consenso entre las partes.

- Solución de conflictos con intervención de un tercero: conciliación, mediación y arbitraje.
- Métodos de decisión en grupo.
- Pruebas sociométricas. Sociogramas.
- Proceso de comunicación verbal y no verbal. Asertividad.

UT 7: Diseño del sistema de evaluación y control de los resultados de ventas y actuación del equipo comercial:

- Variables de control: cuantitativas y cualitativas.
- Criterios y métodos de evaluación y control de la fuerza de ventas.
- Fijación de estándares de evaluación y control.
- Evaluación de la actividad de ventas en función de los resultados obtenidos.
- Cálculo de las desviaciones.
- Control estadístico de las ventas: total anual móvil y total mensual móvil.
- Control por ratios: objetivos y ratios comerciales de control del equipo de ventas.
- Evaluación de la calidad del trabajo y desempeño comercial: conceptos básicos, ventajas e inconvenientes. Participantes. Efectos.
- Control ABC de clientes.
- Evaluación del plan de ventas y satisfacción del cliente.
- Acciones correctoras para rectificar las desviaciones con respecto a los objetivos del plan de ventas.
- Requisitos mínimos de un plan de control y seguimiento del equipo comercial.
- Elaboración de informes de seguimiento y control del equipo de comerciales.

2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES.

La evaluación de los conocimientos adquiridos por el alumno se llevará a cabo por el sistema de evaluación continua y atenderá a los siguientes criterios:

- Pruebas objetivas periódicas.
- Actividades desarrolladas en clase.
- **La actitud, participación e intervención del alumno en clase**

Instrumentos

- **Pruebas objetivas:** Exámenes, realización de cuestionarios abiertos y/o cerrados y de test.
- Realización de cuestionarios, casos prácticos y debates en clase.
- **La actitud, participación e intervención del alumno en clase.**

3. COMPETENCIAS DEL CURSO RESPECTIVO PARA CADA MÓDULO.

UT 1: Determinación de la estructura organizativa y del tamaño del equipo de ventas:

Determinar la estructura organizativa y el tamaño del equipo comercial, ajustándose a la estrategia, objetivos y presupuesto establecidos en el plan de ventas.

UT 2: Determinación de las características del equipo comercial:

Determinar las características del equipo comercial, describiendo los puestos de trabajo y el perfil de los vendedores o comerciales.

UT 3: Planificación de la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial:

Planificar la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial, aplicando técnicas de organización y gestión comercial.

UT 4: Definición de planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales:

Definir planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales, cumpliendo los objetivos y requerimientos establecidos.

UT 5: Diseño de un sistema de motivación y retribución del equipo comercial:

Diseñar 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.

UT 6: Propuesta de acciones para la gestión de situaciones conflictivas en un equipo de comerciales:

Proponer acciones para la gestión de situaciones conflictivas en el equipo de comerciales, aplicando técnicas de negociación y resolución de conflictos.

UT 7: Diseño del sistema de evaluación y control de los resultados de ventas y actuación del equipo comercial:

Diseñar 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.

4. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE QUE SE VAN A UTILIZAR.

Criterios de calificación/ Requisitos de evaluación

El alumno tendrá derecho a tres evaluaciones con sus correspondientes recuperaciones (excepto la tercera). Para evaluar al alumno se tendrá en cuenta:

- La participación en clase: participación en debates, realización de otras actividades, actitud y asistencia (10% nota).
- La realización de ejercicios y/o trabajos propuestos por el profesor, a realizar individualmente o en grupo (20 % nota).
- El 70% de la nota se obtendrá de las pruebas teórico-prácticas sobre los contenidos impartidos, se incluirá en este apartado los exámenes propuestos por el profesor.

Evaluación: Para superar las evaluaciones, los alumnos deberán alcanzar las capacidades terminales asignadas a las unidades didácticas impartidas en el periodo de evaluación. Para lograrlo deberán presentar los trabajos propuestos en el periodo de evaluación y obtener una nota media en los controles y actividades realizadas de "5" o más puntos.

Pruebas parciales o controles eliminatorios: En cada evaluación se harán controles eliminatorios de cada tema (máximo 2). Si la puntuación es ≥ 5 , se hará la media con el resto de controles. En caso contrario, tiene el control suspenso y tendrá que acudir a la evaluación con toda la materia impartida en la evaluación, es decir hay que obtener una calificación ≥ 5 en todos los controles.

Recuperación de evaluaciones: El alumno que no supere la evaluación deberá realizar una prueba de recuperación. Si después del examen de recuperación no se logra alcanzar el "5", el alumno tendrá que ir a la recuperación final, en junio, con toda la materia que se impartió en la evaluación, es decir, no se guardan los controles aprobados. En la 3ª evaluación no habrá recuperación propiamente dicha, es decir, los alumnos que no hayan superado la 3ª evaluación tendrán derecho a la recuperación final de junio (después de la 3ª evaluación).

Recuperación en junio de las evaluaciones pendientes: En junio se hará una prueba de las evaluaciones suspensas.

Prueba ordinaria 2: Se celebrará en septiembre, los alumnos que la realicen se examinarán de toda la materia del módulo impartida. Solo se evaluarán los contenidos impartidos durante el curso.

Prueba extraordinaria: Se celebrará en enero de curso siguiente (curso 18-19). Comprenderá una prueba presencial tipo test, que comprenda los contenidos mínimos y un trabajo que se le proporcionará al alumno en octubre y que tendrá que entregar el día de la prueba extraordinaria.

La ponderación de la prueba presencial será el 70% de la nota final. El trabajo es obligatorio presentarlo finalizado a la fecha del examen y será el 30% de la nota final. Entre las dos sumaran un máximo de "10".

5. OBJETIVOS EXPRESADOS EN TÉRMINOS DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE.

Los **objetivos generales** del presente módulo los podemos concretar en:

1. 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.
2. 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.
3. Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
4. Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
5. 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.