

HOJA INFORMATIVA PARA EL ALUMNO DEL MÓDULO DE ORGANIZACIÓN DEL EQUIPOS DE VENTA DEL CICLO FORMATIVO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES CURSO 25/26

Módulo Profesional 0928OEV

UNIDADES DIDÁCTICAS DEL MÓDULO PROFESIONAL

Unidad didáctica 0. Introducción al módulo profesional:
Unidad didáctica 1. .Determinación, estructura organizativa y tamaño del equipo de ventas
Unidad didáctica 2. Determinación, características del equipo comercial
Unidad didáctica 3. Asignación de objetivos a los miembros del equipo comercial
Unidad didáctica 4. Definición de planes de formación I.
Unidad didáctica 5. .Definición de planes de formación II
Unidad didáctica 6. Diseño de un sistema de motivación
Unidad didáctica 7. Propuesta de acciones para la gestión de situaciones conflictivas en un equipo comercial
Unidad didáctica 8. Diseño del sistema de evaluación y control de los resultados de venta y actuación del equipo comercial

DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

UNIDADES DE TRABAJO	HORAS PROPUESTAS	TEMPORALIZACIÓN
1.Determinación, estructura organizativa y tamaño del equipo de ventas	14	1ºEvaluación
2.Determinación, características del equipo comercial	14	1ºEvaluación
3.Asignación de objetivos a los miembros del equipo comercial.	13	1ºEvaluación
4.Definición de planes de formación I.	11	2ºEvaluación
5.Definición de planes de formación II	10	2ºEvaluación
6.Diseño de un sistema de motivación	10	2ºEvaluación
7.Propuesta de acciones para la gestión de situaciones conflictivas en un equipo comercial	10	2ºEvaluación
8.Diseño del sistema de evaluación y control de los resultados de venta y actuación del equipo comercial	10	2ºEvaluación

El módulo tiene asignada una carga horaria de **92** horas impartándose **3** períodos lectivos a la semana

RELACIÓN UNIDADES DIDÁCTICAS CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.Determinación, estructura organizativa y tamaño del equipo de ventas	RA1
2.Determinación, características del equipo comercial	RA2
3.Asignación de objetivos a los miembros del equipo comercial.	RA3
4.Definición de planes de formación I.	RA4
5.Definición de planes de formación II	RA4
6.Diseño de un sistema de motivación	RA5
7.Propuesta de acciones para la gestión de situaciones conflictivas en un equipo comercial	RA6
8.Diseño del sistema de evaluación y control de los resultados de venta y actuación del equipo comercial	RA7

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los resultados de aprendizaje del módulo de Organización de Equipos de Venta que deberán superar los alumnos vienen fijados por *Real Decreto 1573/2011 de 4 de Noviembre por el que se establece el Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales*

R.A.1.Determina la estructura organizativa y el tamaño del equipo comercial, ajustándose a la estrategia, objetivos y presupuestos establecidos en el plan de ventas..

R.A.2.Determina las características del equipo comercial, describiendo los puestos de trabajo y el perfil de los vendedores o comerciales.

R.A.3.Planifica la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial, aplicando técnicas de organización y gestión comercial.

R.A.4.Define planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales, cumpliendo los objetivos y requerimientos establecidos..

R.A.5.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.

R.A.6.Propone acciones para la gestión de situaciones conflictivas en el equipo de comerciales, aplicando técnicas de negociación y resolución de conflictos.

R.A.7.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

RESULTADOS CLAVES DEL MÓDULO DE OEV

Los Resultados de Aprendizaje Claves del módulo de OEV son los que se indican a continuación:

RA1: Es la **base operativa** de la gestión de ventas, pues de una buena organización dependen la eficiencia y rentabilidad del equipo comercial y está Relacionado directamente con los objetivos generales **l), o), p), q)** (planificación, gestión de recursos y adaptación al entorno) y competencias **d), l), m)** (organización del trabajo comercial y optimización de recursos humanos).

RA3: Es el **nexo entre planificación y ejecución**, ya que traduce los objetivos del plan de ventas en metas individuales y colectivas. Este RA Se vincula a los objetivos generales **q), r), s), t)** (orientación a resultados, liderazgo, motivación y dirección de equipos) y refuerza las competencias **m), n), ñ), o)**, especialmente las de organización y control operativo del equipo de ventas.

RA5: Conecta con los objetivos generales **r), s), t)** (liderazgo, motivación, ética profesional) y competencias **ñ), o), p)** (dirección de equipos, relaciones interpersonales y comunicación eficaz). Este RA tiene un impacto directo en la estabilidad y rendimiento de la fuerza de ventas.

RA7: Este RA consolida el ciclo de gestión comercial. Relacionado con los objetivos **q), t), u), v), w)** (análisis de resultados, toma de decisiones, mejora del rendimiento) y asociado a las competencias **n), o), p), q)** (análisis de información, aplicación de indicadores de eficacia y mejora continua).

RA6 que aunque no es un RA clave del módulo es relevante **para la convivencia, cohesión y eficiencia del equipo** o fuerza de ventas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN, INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y SU PONDERACIÓN:

Los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, instrumentos de evaluación para cada uno de los resultados de aprendizaje así como su ponderación son los que se recogen en las tablas siguientes:

R.A.1.Determina la estructura organizativa y el tamaño del equipo comercial, ajustándose a la estrategia, objetivos y presupuestos establecidos en el plan de ventas..		20%
%	Criterios de evaluación	Inst. Evaluac.
17%	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.	Prueba Escrita

17%	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.	Prueba Escrita
17%	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.	Prueba Escrita
17%	d) Se ha determinado el número de visitas que hay que realizar por cada vendedor a los clientes en función de la jornada laboral.	Prueba Escrita
17%	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..	Prueba Escrita
10%	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.	Tarea
5%	g) Se han planificado las visitas a clientes, diseñando las rutas de venta que permiten optimizar el tiempo del vendedor y reducir los costes.	Tarea

R.A.2.Determina las características del equipo comercial, describiendo los puestos de trabajo y el perfil de los vendedores o comerciales.		20%
%	Criterios de evaluación	Inst. Evaluac.
15%	a) Se han determinado las funciones y responsabilidades de los vendedores de un equipo de venta.	Prueba Escrita o Tarea
15%	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.	Prueba Escrita o Tarea
15%	c) Se han definido las competencias y características de los comerciales para la ejecución de un plan de venta.	Prueba Escrita o Tarea
15%	d) Se ha descrito el puesto de trabajo en un equipo comercial, definiendo las tareas funciones y responsabilidades que tienen que desarrollar.	Prueba Escrita o Tarea
15%	e) Se ha descrito el perfil del candidato idóneo, definiendo las características y requisitos que debe reunir el vendedor para ocupar el puesto descrito.	Prueba Escrita o Tarea
15%	f) Se han determinado las acciones necesarias para el reclutamiento de candidatos a un puesto de trabajo en el equipo de ventas.	Tarea
10%	g) Se han establecido los criterios de selección, el procedimiento y los instrumentos que hay que utilizar para seleccionar al personal de ventas.	Tarea

R.A.3. Planifica la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial, aplicando técnicas de organización y gestión comercial.		20%
%	Criterios de evaluación	Inst. Evaluac.
12,5%	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.	Prueba Escrita o Tarea
12,5%	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.	Prueba Escrita o Tarea
12,5%	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.	Prueba Escrita o Tarea
12,5%	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.	Prueba Escrita o Tarea
12,5%	e) Se han analizado los factores fundamentales para el éxito en la planificación de objetivos comerciales.	Prueba Escrita o Tarea
12,5%	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.	Prueba Escrita o Tarea
12,5%	g) Se han elaborado planes de prospección de clientes utilizando diferentes métodos.	Tarea
12,5%	h) Se han elaborado y actualizado ficheros de clientes con los datos más relevantes de cada cliente.	Prueba Escrita o Tarea

R.A.4. Define planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales, cumpliendo los objetivos y requerimientos establecidos.		12%
%	Criterios de evaluación	Inst. Evaluac.
15%	a) Se han identificado las necesidades de formación, individuales y grupales, de un equipo de comerciales.	Prueba Escrita o Tarea
15%	b) Se han establecido los objetivos del plan de formación de los vendedores, en función de los objetivos de ventas y las necesidades detectadas	Prueba Escrita o Tarea
15%	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	Prueba Escrita o Tarea
15%	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.	Prueba Escrita o Tarea
15%	e) Se ha programado la formación de los vendedores, tanto teórica como de campo, aplicando técnicas de organización del trabajo y programación de tareas	Prueba Escrita o Tarea
15%	f) Se han evaluado las ventajas y los inconvenientes de un plan de formación en relación con otro plan alternativo	Prueba Escrita o Tarea
10%	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.	Prueba Escrita o Tarea

R.A.5.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.		12%
%	Criterios de evaluación	Inst. Evaluac.
12,5%	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.	Tarea
12,5%	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.	Tarea
12,5%	c) Se han identificado las competencias emocionales, intrapersonales e interpersonales que debe tener el jefe o responsable de un equipo de vendedores.	Prueba Escrita o Tarea
12,5%	d) Se han determinado los principales aspectos y elementos de motivación y satisfacción en el trabajo de un equipo comercial.	Prueba Escrita o Tarea
12,5%	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.	Prueba Escrita o Tarea
12,5%	f) Se han establecido incentivos económicos para el equipo comercial en función de parámetros de rendimiento y productividad prefijados, conocidos y evaluables.	Prueba Escrita o Tarea
12,5%	g) Se han analizado las condiciones de retribución y la jornada laboral efectiva de los equipos comerciales según distintas situaciones laborales.	Prueba Escrita o Tarea
12,5%	h) Se ha determinado el sistema de remuneración del equipo comercial más adecuado, según criterio de coste o presupuesto necesario.	Prueba Escrita o Tarea

R.A.6.Propone acciones para la gestión de situaciones conflictivas en el equipo de comerciales, aplicando técnicas de negociación y resolución de conflictos.		8%
%	Criterios de evaluación	Inst. Evaluac.
16,67%	a) Se han analizado las distintas situaciones de tensión y conflicto que habitualmente se producen en un equipo de trabajo.	Empresa
16,67%	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.	Empresa
16,67%	c) Se han definido las estrategias para mejorar la integración y cohesión grupal, describiendo los roles de los integrantes del equipo de ventas.	Empresa
16,67%	d) Se han analizado las técnicas de prevención y detección de conflictos, estilos de negociación y funcionamiento del grupo de un equipo de comerciales.	Empresa
16,67%	e) Se han identificado los distintos estilos de resolución de conflictos y el rol del jefe del equipo de comerciales.	Empresa
16,67%	f) Se han aplicado técnicas de comunicación asertivas, identificando los factores de comunicación verbal y no verbal en un equipo comercial.	Empresa

R.A.7.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.		8%
%	Criterios de evaluación	Inst. Evaluac.
12,5%	a) Se han identificado las variables y los parámetros necesarios para el control en el desarrollo del plan de ventas.	Empresa
12,5%	b) Se han aplicado los métodos y ratios para medir la ejecución y calidad del plan y el desempeño del equipo de vendedores.	Empresa
12,5%	c) Se ha elaborado una ficha de cliente con el reporte o parte diario de las actividades realizadas por el comercial.	Empresa
12,5%	d) Se han calculado indicadores y ratios de rentabilidad por producto, cliente y comercial.	Empresa
12,5%	e) Se ha analizado la evolución y tendencia de las ventas por producto, cliente y comercial.	Empresa
12,5%	f) Se ha evaluado la actuación de los miembros del equipo de trabajo, calculando y analizando las desviaciones respecto a los objetivos previstos.	Empresa
12,5%	g)Se han propuesto medidas correctoras para rectificar las desviaciones detectadas.	Empresa
12,5%	h)Se han redactado informes sobre los resultados obtenidos en el equipo de ventas, evaluando a su vez los conocimientos, habilidades y actuación de los mismos.	Empresa

CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Para acreditar la superación de los diferentes resultados de aprendizaje se tendrán en cuenta las actividades, trabajos individuales y grupales así como las pruebas escritas desarrolladas en el aula y conectadas con los diferentes resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

Respecto a las pruebas escritas , están podrán consistir tanto en preguntas cortas como preguntas tipo test o preguntas prácticas relacionadas con los contenidos impartidos y relacionadas con cada uno de los Resultados de Aprendizaje.

Se evaluará si el alumnado ha superado los resultados de aprendizaje planteados. El alumnado superará el módulo cuando obtenga una media ponderada igual o superior a 5 en las calificaciones de los resultados de aprendizaje, según los criterios de evaluación establecidos, y siempre que haya alcanzado una nota igual o superior a 5 en los **resultados de aprendizaje considerados clave**.

La calificación final del módulo se calculará mediante una media ponderada de las calificaciones obtenidas por el alumnado en cada resultado de aprendizaje, teniendo en cuenta

el peso asignado a cada criterio de evaluación. Además, será imprescindible obtener una nota superior a 5 en los resultados de aprendizaje considerados clave para poder superar el módulo.

A. Plan de Recuperación de evaluaciones.

Las pruebas de recuperación de los resultados de aprendizaje no superados se realizarán en la **prueba final de junio**. En la evaluación final de junio el alumno solo se examinará de los Resultados de Aprendizaje que tenga suspensos siendo las pruebas de recuperación similares a las realizadas a lo largo del curso.

La nota final del módulo será la media ponderada de las calificaciones obtenidas en los resultados de aprendizaje. Para la superación del módulo, será requisito indispensable tener aprobados todos los resultados de aprendizaje clave del módulo de TVN.

No obstante y si el profesor del módulo lo considera oportuno, el alumno podrá recupera aquellos resultados de aprendizaje suspensos antes de la sesión de valoración de acceso del alumnado a las FEM.

ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO

Para superar el módulo es necesario que el alumnado apruebe todos los resultados de aprendizaje clave del módulo.

MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS DEL MÓDULO

Como recursos metodológicos, con los que poder aplicar los principios anteriormente señalados, podemos distinguir entre los personales, materiales y ambientales:

A. Personales:

- Explicaciones del docente de cada uno de los temas.
- Profesionales y expertos a través de talleres, charlas, coloquios, etc.

B. Materiales:

Impresos:

- Libro de texto "**Organización de los Equipos de Venta**" (2022) de Ed. Paraninfo. Autores: Cristina Zumel Jiménez y Aurora Martínez Martínez. ISBN 978-84-1366-478-1
- Fotocopias de interés y de procedencia muy variada, artículos, ejercicios, cuadros explicativos, esquemas...
- Revistas especializadas, textos legales, anuarios económicos, memorias económicas de empresas, convenios colectivos, etc. El profesor del módulo proporcionará los instrumentos didácticos necesarios en cada tema: lecturas, apuntes de apoyo al texto, cuestionarios, ejercicios prácticos, etc.

C. Audiovisuales/ Informáticos:

- Equipo informático.
- El uso de dispositivos móviles para la búsqueda de información en el aula.
- Proyector y altavoces para visualizar presentaciones de PowerPoint de las unidades didácticas, corrección de actividades propuestas por el profesor, videos relacionados con el tema, etc.
- Software de aplicaciones relacionadas con la materia como pueden ser: procesador de texto, hoja de cálculo, presentaciones, etc. de la plataforma Office365. Y/ o programas online (Kahoot o similares) con la finalidad de repaso o introducción de contenidos.

D. Ambientales/ Físicos:

- Estructurales o propios del ámbito escolar: Aulas de informática y biblioteca.

FRAUDES EN LAS PRUEBAS Y PROCESOS DE EVALUACIÓN CONTINUA

En el caso de sorprender a algún alumno realizando prácticas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de normas sobre prácticas fraudulentas aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular de la familia de Comercio y Marketing y que se ha dado a conocer al alumnado en las hojas informativas que se les entregan a principio de curso.

A. Otras penalizaciones

Asimismo, en caso de sorprender a algún alumno utilizando el teléfono móvil en un tiempo y forma inadecuado, se cumplirán al respecto con las “Normas de Organización y Funcionamiento” del IES Las Llamas durante el curso 2025-2026.