

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2023/2024

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 de adultos

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	2023/2024	3	87	104
MP0928_12	Estrutura e selección dos equipos de vendas	2023/2024	3	35	42
MP0928_22	Formación e xestión de equipos de vendas	2023/2024	3	52	62

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA DEL CARMEN FRANCO CARNERO
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar as funcións relacionadas coa estrutura e selección de equipos de vendas, características do equipo comercial e planificación dos obxectivos de vendas, 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.
- Avaliación e control do rendemento e da actuación do equipo de vendas.

Organización e dirección de equipos comerciais.

- Selección, formación, motivación e retribución do persoal vendedor.
- Desenvolvemento e execución do plan de vendas.
- Avaliación e control do equipo de vendas.

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais l), o), p), q), r), s), t), u), v) e x) do ciclo formativo e as competencias h), l), m), n), ñ), o), p) e r).

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

- Determinación dos obxectivos de vendas.
- Análise das formas ou estruturas de organización do equipo de vendas.
- Cálculo do número e a frecuencia das visitas que haxa que realizar á clientela.
- Cálculo do número de comerciais que cumpra para alcanzar os obxectivos de vendas.
- Análise das rutas de vendas e planificación das visitas á clientela.
- Descrición de postos de traballo de diferentes tipos de vendedores/as.
- Descrición do perfil do/da vendedor/ora ou comercial idóneo/a: elaboración do profesiograma.

- Elaboración de programas de formación inicial e formación continua do persoal vendedor.
- Estilos de mando e liderado aplicables a equipos de comerciais.
- Técnicas de motivación e incentivación do persoal vendedor.
- Análise das formas de retribución do persoal comercial.
- Avaliación e control dos resultados e do desempeño do persoal vendedor.
- Cálculo e análise das desviacións respecto aos obxectivos previstos e proposta de medidas correctoras.
- Utilización de ferramentas informáticas para a organización e a xestión da forza 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	Equipo de vendas: estrutura organizativa e tamaño.	Analízase como se estrutura o departamento de vendas e a súa posición no conxunto da empresa, as súas funcións e organización, particularmente o deseño das rutas de venda e a división territorial do equipo comercial	16	15
2	Características do equipo comercial.	Analízanse as funcións do vendedor, os tipos de vendedores e o conxunto de características dun bo vendedor profesional, así como a selección dos vendedores	13	15
3	Organización de equipos de vendas.	Profundízase nos obxectivos que aparecen habitualmente nos planes de vendas	13	15
4	Plans de formación, perfeccionamento e reciclaxe de equipos comerciais	Estúdiense as competencias que o vendedor pode adquirir na súa carreira profesional por medio de plans de formación. Analízanse os plans de formación iniciais e as diferentes metodoloxías formativas, as súas vantaxes e os seus inconvenientes. Analízanse os plans de formación de perfeccionamento e reciclaxe dos equipos comerciais como resposta as necesidades cambiantes do entorno.	22	20
5	Dirección, motivación e retribución do equipo comercial. Xestión de situacións conflitivas. Avaliación e control de vendas e vendedores	Expónense as teorías de motivación para lograr estimular a un traballador e os estilos de dirección e teorías para deseñar un sistema de motivación; descíbense as técnicas motivacionais e os plans de retribución e rendemento do personal para lograr un clima adecuado e propicio en busca da eficiencia empresarial. Analízanse os conflitos que poden xurdir na empresa, as súas causas, técnicas para abordalos e métodos para solucionarlos. Estúdiase a comunicación verbal e non verbal no proceso de conflito, así como a asertividade como inhibidora de conflitos. Estúdiase a necesidade de realizar un control periódico dos resultados das vendas e analízase o establecemento duns criterios e métodos de avaliación e control.	40	35

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Equipo de vendas: estrutura organizativa e tamaño.	16

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.
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.

Contidos
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	Características do equipo comercial.	13

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
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	Organización de equipos de vendas.	13

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

Criterios de avaliación
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 Identificáronse 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	22



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

Contidos
Avaliación de plans de formación.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Dirección, motivación e retribución do equipo comercial. Xestión de situacións conflitivas. Avaliación e control de vendas e vendedores	40

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

4.5.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 avaliábeis
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
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
CA4.1 Identifícaronse as variables e os parámetros necesarios para o control no desenvolvemento do plan de vendas
CA4.2 Aplicáronse 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 Analizouse 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 avalien á súa vez os coñecementos, as habilidades e as actuacións destes

4.5.e) Contidos

Contidos
Prototipos culturais de empresa.
Estilos de mando e liderado.

Contidos

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.

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.

[Procesos de comunicación](#)

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.

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 exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Os mínimos esixibles son os marcados nesta programación no apartado 4c de cada unidade didáctica.

PROCEDEMENTOS DE AVALIACIÓN.

Establécese con criterio de cualificación xeral:

- Probas presenciais: 70%
- Probas en liña: 30%

Os procedementos de avaliación que se aplicarán serán:

a. Probas presenciais:

- i. Consisten na realización de exames escritos con preguntas curtas e/ou a desenvolver, cuestionarios tipo test ou supostos prácticos.
- ii. Conterán instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realizalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados.
- iii. Nos cuestionarios tipo test penalizan as preguntas mal contestadas. As posibles preguntas de tipo test erróneas descontarán a metade do valor dunha correcta.
- iv. Para os exames escritos con preguntas a desenvolver ou supostos prácticos empréganse modelos de solución (padróns) graduados, cada un dos cuales terá un valor diferente según os CA a avaliar.
- v. Este tipo de probas serán combinadas. Ou sexa, se avaliarán varios criterios de cualificación nelas. A cualificación consistirá en corrixir a proba globalmente e repartir a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido en axustar avaliación.
- vi. En cada período de avaliación parcial este tipo de probas terá un peso do 70% da cualificación obtida.
- vii. Estas probas serán valoradas de 1 a 10 puntos, e será necesario obter unha cualificación igual ou superior a 5 puntos para proceder ao cálculo da nota de cada avaliación, xunto co resto dos procedementos de avaliación.
- viii. O alumnado que supere as probas parciais, gardaráselle a nota e non terá que repetir esa parte na proba final.

b. Probas en liña:

- i. Consisten na realización de probas expostas na plataforma: exames, tarefas e/ou actividades propostas polo profesor, serán individuais e terán carácter obrigatorio.
- ii. Conterán indicacións/instrucións precisas sobre como presentalas, os formatos de presentación, o xeito de presentación (correo electrónico, aula virtual) e os prazos de presentación.



iii. Estas probas serán valoradas de 1 a 10 puntos.

iv. En cada período de avaliación parcial este tipo de probas terá un peso do 30% da cualificación obtida, distribuido da seguinte maneira: un 20% as tarefas e actividades e un 10% o examen en liña.

A nota de cada avaliación parcial será a suma do 70% da nota acadada nas probas presenciais mais o 30% da nota acadada nas probas en liña.

En xuño realizarase unha proba para aqueles alumnos/as que non teñan superada algunha das avaliacións, na que se esixirán os contidos mínimos imprescindibles para o dominio da materia incluídos nesta programación. A proba final consistirá nunha proba de coñecementos, escrita e presencial, sobre os contidos do módulo non superados nas avaliacións parciais e terá un peso do 70% da cualificación obtida. O 30% da nota restante provirá das probas en liña (exames, tarefas e/ou actividades) realizadas polo alumnado na plataforma durante o curso. Os alumnos/as con tarefas pendentes, disporán dun prazo extraordinario de entrega a finais do mes de maio, previo a data da proba final.

A nota final do módulo será a media das cualificacións obtidas en cada avaliación parcial ou a cualificación acadada na proba final, en caso de non ter superadas as probas parciais. Para unha valoración positiva do módulo é necesario obter unha cualificación mínima de 5 puntos.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

A actividade non superada é aquela con unha cualificación inferior a 5. As probas con cualificacións inferiores a 5 puntos deberán ser superadas nos períodos correspondentes para as actividades de recuperación que se establezan.

a. Actividades de recuperación propostas polo profesorado. Consistirán na explicación de contidos non asimilados correctamente polo alumnado e proposta de actividades de reforzo dos mesmos.

b. Actividades de recuperación que poidan ser realizables de forma autónoma polo alumnado. As actividades propostas para este tipo de alumnado proverán da repetición de determinadas actividades, cando se observou que na súa realización o alumno/a non dedicou o suficiente tempo ou esforzo. Asimesmo recomendarase bibliografía para a realización de novas actividades que incidan nos contidos do módulo, en especial:

- Estrutura organizativa e tamaño do equipo de vendas
- Características dos membros do equipo comercial

- Plans de formación e as súas características
- Formas de motivación e retribución do equipo comercial
- Accións para a xestión de situacións conflictivas
- Avaliación e control dos resultados de vendas

Os alumnos que teñen probas parciais non superadas realizarán a recuperación destas partes na proba final no mes de xuño.

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

Non procede na ensinanza a distancia.

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

Mensualmente farase unha valoración sobre o seguimento da programación. Esta programación poderá verse afectada na súa organización e posta en práctica en función das necesidades del grupo.

En moitas ocasións, as actividades de aprendizaxe converteranse en actividades do proceso avaliador que permita, con carácter feedback, iniciar medidas correctoras ou ben sobre as propias actividades ou ben sobre o desenvolvemento metodolóxico da unidade tratada nese momento. A avaliación da propia práctica docente farase mediante unha táboa de indicadores con dous niveis de logro: adecuado ou necesita mellora.

COMPETENCIA

INDICADORES

Programación.

1. Planificación do traballo docente.
2. Programación de unidades didácticas.
3. Programación de actividades e tarefas.
4. Tratamento da atención á diversidade e da transversalidade.

Actividades de aula.

1. Metodoloxía desenvolvida.
2. Motivación para a aprendizaxe.
3. Potenciación da autonomía no proceso de ensino-aprendizaxe.

4. Coordinación co resto do equipo docente.

Avaliación.

1. Instrumentos utilizados para facer a avaliación inicial e o seu rexistro.
2. Instrumentos utilizados para a avaliación continua e o seu rexistro.
3. Procedemento utilizado para a avaliación final.
4. Coavaliación e autoavaliación.
5. Desenvolvemento das actividades de recuperación.
6. Información proporcionada sobre a avaliación e a cualificación.

Formación.

Formación desenvolvida formal e non formal.

Na memoria do fin de curso se recollerán propostas de modificacións para o curso seguinte, en función da autoavaliación anterior realizada e en caso de que fixera falta.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Protocolo xa establecido na plataforma.
Foro de presentacións.

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

Non se prevén medidas de reforzo educativo neste tipo de ensinanzas.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

A competencia social e cidadán, é básica para a comprensión da realidade na que se vive empregando o xuízo ético baseado nos propios valores e nas prácticas democráticas que deben presidir as nosas

relacións. Enténdese que desde esta competencia o alumnado poderá afrontar dun xeito máis adecuado a convivencia coas demais persoas e o enfrontamento dos conflitos que poidan xurdir nas relacións. Dado que o perfil do alumnado corresponde a adultos, estas competencias supóñense xa adquiridas.

Entendemos que o módulo de Organización de Equipos de Ventas non dispón dun encaixe sinxelo para programas de este ámbito. Non obstante remarcarase a importancia que ten o feito de cumprir toda a normativa aplicable a este módulo con rigor e profesionalidade, segundo a legalidade vixente e transmitíranse valores cívicos que fagan que os alumnos teñan maior conciencia de cidadán e saiban comportarse de forma adecuada posteriormente no mundo profesional.

Un conxunto de criterios básicos para a avaliación do proceso de ensinanza-aprendizaxe son os referidos ás actitudes e valores persoais e profesionais que se esperan dun Técnico Superior en Xestión de Ventas e Espacios Comerciais como profesional. Polo tanto, á hora de avaliar o proceso de aprendizaxe e o de ensinanza se terá en conta o respecto, tanto por parte do profesor como do alumnado, as seguintes actitudes:

- * Manifestar tolerancia cara ás opinións dos demais, utilizando a empatía como forma de comprensión da súa posición e colaborar na resolución de conflitos que poidan darse nas relacións persoais e sociais.
- * Respetar e levar a cabo as decisións do equipo de traballo, mediante a participación activa nas actividades comúns.
- * Responsabilizarse das accións encomendadas, manifestando rigor na súa planificación e desenvolvemento, pero sabendo tamén modificar a súa intervención e ser flexible cando a situación así o require.
- * Adaptarse ao ritmo e evolución das persoas e grupos cos que traballa, respectando o seu desenvolvemento e autonomía.
- * Valorar a reflexión e a crítica como instrumentos necesarios para o seu desenvolvemento profesional e para o desenvolvemento das intervencións emprendidas.
- * Manifestar interese pola investigación e a formación permanente en temas como valores democráticos e mellora da cohesión social, dereitos humanos e laborais, respecto das condicións de competencia, preservación do medio ambiente, respecto dos dereitos fundamentais ou deontoloxía profesional.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Non se prevén neste curso.