



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

## A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING

Configuración de la acción	
Catálogo	Sectorial
Código	167-00-R014
Sector	Oficinas y despachos (oficinas de cámaras, colegios, asociaciones, federaciones e instituciones; Despachos profesionales; Oficinas y despachos en general; Mercado de valores)
Prioridad	Mínima
Horas totales	20
Modalidad	Teleformación
Es para certificado	No
Familia profesional	ADG - ADMINISTRACION Y GESTION

### Número de horas de la acción formativa

Formación	Importe máximo por hora/ppte.	Horas	Participantes	Total
Teleformación	5.00 € (Horas Presenciales Exámenes y/o Tutorías Presenciales: 5.00 €)	20 (Horas Presenciales Exámenes y/o Tutorías Presenciales: 0)	15	1,500.00 €
		20	<b>Ayuda máxima:</b>	1,500.00 €

### Participantes por grupo de la acción formativa

Número de grupos: 1	Participantes por grupo: 15	Total: 15
---------------------	-----------------------------	-----------

### Distribución Territorial de Participantes

- Gran Canaria: 4
- Tenerife: 0
- Lanzarote: 3
- Fuerteventura: 4
- La Palma: 4
- La Gomera: 0
- El Hierro: 0

### Número de tutores por grupo

Número de tutores: 4

### 2. Coste de la acción formativa

Ayuda máxima según módulos	Ayuda solicitada
1,500.00 €	1,500.00 €

### 3. Colectivos participantes prioritarios

	Participantes
Colectivos prioritarios, excepto personas con discapacidad	14
Colectivos prioritarios, personas con discapacidad	1
Colectivos NO prioritarios	0
Total:	15

### 4. Perfil Profesional de los participantes



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

	Dirección y Administración	Comercial	Mantenimiento y Producción	Desempleados	Total participaciones
<b>Directivos/as</b>	0	0	0	-	0
<b>Mandos Intermedios</b>	0	0	0	-	0
<b>Técnicos</b>	0	0	0	-	0
<b>Trabajadoras/es cualificadas/os</b>	0	5	0	-	5
<b>Trabajadoras/es Baja Cualificación</b>	0	10	0	-	10
<b>Desempleados</b>	-	-	-	0	0
<b>Total:</b>					<b>15</b>

## 5. Descripción de los colectivos participantes

Explique las características del perfil de los trabajadores participantes de la acción formativa (experiencia en el sector, área funcional, sexo, edad, nivel de cualificación, categorías, etc.).

Los procesos y actividades comerciales se han convertido en una preocupación prioritaria en toda empresa orientada al mercado y que quiera sobrevivir en un entorno cambiante, internacionalizado y con un consumidor cada vez más exigente. Las compañías necesitan profesionales con la formación necesaria para determinar qué elementos deben tenerse en cuenta para que el área comercial funcione de manera eficaz con su público objetivo.

Por lo anterior, los procesos comerciales se han convertido en un elemento estratégico en la gestión de empresas e instituciones en un entorno de competitividad creciente. La calidad en el proceso de venta, ayuda a las organizaciones a diferenciarse de la competencia y a fidelizar a los públicos. Se trata además de un sector que en los últimos años ha experimentado una constante evolución, debido precisamente al aumento de la competitividad entre las organizaciones, y también al desarrollo de las nuevas tecnologías y la aparición de nuevos formatos aplicados al área comercial.

Se pretende preparar y dotar al alumno de los conocimientos y herramientas necesarios para desarrollar las competencias comerciales que permiten ser más eficientes en entornos competitivos: dominar las técnicas para incrementar las ventas mediante la toma de contacto con nuevos clientes, un incremento de la calidad y la fidelización; hasta conocer las claves para dar respuesta a los problemas comerciales actuales.

### Ámbito profesional

Trabajadores ocupados cualificados o de baja cualificación, que desarrollan su actividad en todos los sectores productivos del área comercial, orientación y venta al consumidor/usuario de bienes y servicios, y en pymes, empresas grandes y medianas, industriales y comerciales, así como empresas de marketing relacional o contactos transaccionales.

### Sectores

Sector de comercio al por mayor y al por menor, comercio integrado y asociado, agencias comerciales, en comercios tradicionales., Supermercados, Grandes Superficies, Tiendas especializadas, Empresas de prestación de servicios (seguros, productos financieros...) y en todo tipo de empresas con departamento de ventas teniendo, por tanto, un carácter marcadamente transectorial.

### Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados:

- Personas sin experiencia, que quieran introducirse profesionalmente en el ámbito comercial
- 2640.1047 Vendedores/as técnicos/as, en general
- 3510.1019 Agentes comerciales
- 3510.1028 Delegados/as comerciales, en general
- 3510.1037 Representantes de comercio, en general
- 5210.1034 Encargados/as de tienda
- 5499.1013 Vendedores/as no clasificados bajo otros epígrafes



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

- Jefe/a de ventas
- Coordinador/a de comerciales
- Supervisor/a de telemarketing.
- Relaciones Públicas
- Empresarios
- Autónomos y responsables de pequeñas empresas del sector servicios
- Profesionales que necesitan mejorar sus capacidades de venta

**Sexo:** cualquiera

**Edad:** cualquiera

**Nivel de cualificación:**

No existe un nivel específico de cualificación previo relacionado con el sector aunque si hay un nivel mínimo para el acceso a esta acción formativa.

**Criterio de acceso:**

No se precisa la acreditación de un nivel mínimo académico de acceso.

**Colectivos prioritarios:**

A fin de garantizar el acceso a la formación de los trabajadores y desempleados con mayor dificultad, tendrán prioridad para participar en esta acción formativa los alumnos que pertenezcan a los colectivos prioritarios establecidos en el punto SÉPTIMO-Destinatarios de las acciones formativas, apartados 11, 12 y 13 de la presente convocatoria.

## 6. Justificación del número de horas, cuando la acción formativa supera las 270 horas

Con carácter general, las acciones formativas, tanto individuales como de grupo, tendrán una duración máxima de 270 horas. Este límite se podrá excepcionar cuando la acción requiera una duración mayor por norma o convenio. Deberá indicar:

- 1) Si la acción formativa supera el límite de 270 horas, se deberá indicar a qué norma o convenio obedece.
- 2) En su caso, cumplimente la Norma o Convenio a que responde la duración superior a 270 horas.

## 7. Objetivos de la acción formativa

Indique los objetivos a alcanzar tras el desarrollo de la Acción Formativa:

### **Concreción y Desarrollo de los Objetivos.**

Desarrolle y concrete los objetivos. En caso de que se trate de una acción de catálogo, los objetivos que figuran en dicho catálogo se podrán concretar y desarrollar, pero siempre SIN MODIFICACIONES. (Máximo aprox. 9000 palabras)

### **OBJETIVO GENERAL DE LA ACCIÓN FORMATIVA.-**

El objetivo general de esta acción formativa es capacitar en el dominio de las técnicas y actitudes que permiten acoger, atender y vender directamente al cliente productos y servicios, aplicando las técnicas de ventas adecuadas.

A la finalización de este curso el alumno estará preparado para:

- Gestionar la fuerza de ventas y coordinar el equipo de comerciales.
- Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.
- Saber identificar las características de un proceso de negociación comercial.
- Conocer las diferentes tipologías de clientes y la estrategia más adecuada para lograr una venta eficaz.
- Conocer y elaborar estrategias y tácticas de venta en función del objetivo comercial deseado.
- Saber desarrollar habilidades de argumentación y persuasión.
- Saber planificar óptimamente el trabajo comercial y gestionar de forma eficaz la cartera de clientes y diseñar objetivos comerciales.
- Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

### Concreción y Desarrollo de los Objetivos.

Los objetivos específicos de esta AAFP se reparten en 2 unidades didácticas, y se expresan en términos observables, medibles y cuantificables, y están en conexión con los objetivos generales de la AAFP, los objetivos definidos en el Plan de formación presentado y el perfil de los participantes propuestos.

-

#### **UNIDAD DIDACTICA 1**

##### **GESTION DE VENTAS. 10 horas**

Esta unidad didáctica se orienta a que el alumno determinar las líneas propias de actuación comercial en la venta, ajustando el plan de acción definido por la empresa, a las características específicas de cada cliente.

#### OBJETIVOS CONCEPTUALES

- Reconocer las necesidades del cliente y teniendo en cuenta los objetivos y productos y/o servicios de la empresa
- Identificar nuevas oportunidades de negocio que optimicen la gestión de ventas en la empresa, utilizando los procedimientos adecuados
- Comprender los componentes de las técnicas de comunicación
- Diferenciar las técnicas de negociación

#### OBJETIVOS PROCEDIMENTALES

- Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención / asesoramiento al cliente
- Manejar y resolver las necesidades del cliente y teniendo en cuenta los objetivos y productos y/o servicios de la empresa.
- Gestionar los procesos de seguimiento y postventa según los criterios establecidos por la empresa.
- Aplicar técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo, persiguiendo soluciones de consenso entre las partes.
- Organizar los recursos humanos y técnicos necesarios para favorecer el desarrollo óptimo del plan de ventas

#### OBJETIVOS ACTITUDINALES

- Tomar conciencia de la importancia de la colaboración y participación en la elaboración del plan y argumentario de ventas a través de propuestas para contribuir a mejorar el posicionamiento del producto, la fidelización de los clientes y el incremento de las ventas.
- Valorar el estudio de las variables económicas, sociológicas y comerciales que afectan al plan de actuación comercial y/o estrategias comerciales que se identifican en función de su capacidad para dar respuesta y acotar la estrategia comercial de la organización.
- Asumir el peso de la transmisión de las conclusiones de la actividad comercial, en el tiempo y forma establecidos, a las personas designadas por la organización.

-

#### **UNIDAD DIDACTICA 2**

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

## INTRODUCCIÓN AL MARKETING. 10 horas

Esta unidad didáctica se orienta a que el alumno sea capaz de analizar las variables que intervienen en el comportamiento del consumidor y en el proceso de decisión de compra.

### OBJETIVOS CONCEPTUALES

- Conocer los aspectos esenciales y herramientas del Marketing estratégico para su implementación en la empresa como elemento de planificación de la misma.
- Definir los elementos que componen los precios
- Diferenciar entre política, estrategia y táctica
- Identificar las pautas en el proceso de un briefing.
- Interpretar la información relevante en una empresa en referencia al marketing mix

### OBJETIVOS PROCEDIMENTALES

- Desarrollar los precios, así como su adaptación a la estrategia de la empresa.
- Planificar la correcta gestión del portafolio, así como las políticas y organización en torno a cada tipología de producto.
- Diseñar la gestión de marcas y productos.
- Elaborar briefings de productos y servicios, relacionando las variables del marketing-mix
- Realizar el seguimiento del plan de marketing para detectar con rapidez desviaciones en los objetivos definidos

### OBJETIVOS ACTITUDINALES

- Asumir el espíritu crítico para el análisis de problemas y situaciones relacionadas con el marketing, indicando las estrategias a seguir, planificando acciones y desarrollando sistemas de control

## 8. Contenidos

Indique y detalle ampliamente los contenidos técnicos, prácticos y profesionalizadores de la acción formativa. Describa además la duración y la programación prevista para el desarrollo de los contenidos tanto teóricos como prácticos.

### **Concreción y Desarrollo de los Contenidos.**

Desarrolle y concrete los contenidos. En caso de que se trate de una acción de catálogo, los contenidos que figuran en dicho catálogo se podrán concretar y desarrollar, pero siempre SIN MODIFICACIONES. (Máximo aprox. 9000 palabras)

## 7.1 ESTRUCTURA POR UNIDADES DIDÁCTICAS

Los contenidos tanto teóricos como práctico de la presenta acción formativa se estructuran en 2 unidades didácticas. De las 20 horas de duración 6 son de carácter teórico y 14 de carácter práctico.

### UNIDAD 1: GESTIÓN DE VENTAS.

**(10 horas: 3 teóricas y 7 prácticas)**

- 1.1.- LA ORGANIZACIÓN COMERCIAL.
- 1.2.- LA PREVISIÓN DE VENTAS.
- 1.3.- LA VENTA PERSONAL.
- 1.4.- LA FUERZA DE VENTAS.
- 1.5.- LA SELECCIÓN DEL VENDEDOR

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

1.6.- MANTENER A LOS VENDEDORES.

## UNIDAD 2: INTRODUCCIÓN AL MARKETING

(10 horas: 3 teóricas y 7 prácticas)

- 2.1.- CONCEPTO.FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE MARKETING.
- 2.2.- FACTORES QUE INFLUYEN EN EL MARKETING (MARKETING MIX).
- 2.3.- EL PRODUCTO.
- 2.4.- EL PRECIO. LA DISTRIBUCIÓN. LA COMUNICACIÓN.
- 2.5.- EL PLAN DE MARKETING

-  
Indique la programación que se llevará a cabo de los contenidos, y las características diferenciadoras de la formación.

Los contenidos de la acción formativa (20 horas), se presentan a continuación estructurados en 2 semanas, con 10 horas cada una

-  
-

### **Semana 1 (de 4 al 10 de junio)**

-

## UNIDAD 1: GESTIÓN DE VENTAS.

(10 horas: 3 teóricas y 7 prácticas)

- 1.1.- LA ORGANIZACIÓN COMERCIAL.
- 1.2.- LA PREVISIÓN DE VENTAS.
- 1.3.- LA VENTA PERSONAL.
- 1.4.- LA FUERZA DE VENTAS.
- 1.5.- LA SELECCIÓN DEL VENDEDOR
- 1.6.- MANTENER A LOS VENDEDORES.

### • **Contenidos teóricos:**

Los contenidos teóricos están estructurados de forma lógica y coherente siguiendo una secuencia organizada:

1.1.- LA ORGANIZACIÓN COMERCIAL.

1.1.1 Identificación de la función de venta:

- La función de la venta en la organización
- Puntos fuertes de la venta



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Tipos de vendedores
- Funciones del equipo comercial
- Fases de la venta
  - 1.1.2 Conocimiento del cliente y al mercado:
    - Conocimiento del mercado y del cliente
    - Información comercial
    - Fuentes de información comercial
    - Ayudas para la venta
    - Conocimiento del producto
    - Fases de la recogida de información
  - 1.2.- LA PREVISIÓN DE VENTAS.
    - 1.2.1 Establecimiento de objetivos comerciales:
      - Desarrollo de la planificación comercial
      - Establecimiento de objetivos
      - Características de los objetivos comerciales
      - Objetivos de resultado e intermedios
      - Objetivos de proceso
      - Herramientas de planificación
      - Cronograma
      - Organización del tiempo
    - 1.2.2 Control de la actividad comercial:
      - El control de las actividades de venta
      - Indicadores de control
      - Indicadores de proceso y de resultado
      - Proceso de recogida de información
      - Sistemas de registro de información
      - Datos para el registro
      - Utilidad de la información



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

- Desviaciones
- Análisis de desviaciones
- Acciones correctoras
- 1.3.1- La Entrevista Comercial.
- Preparación de la entrevista comercial:
- Fases de la entrevista comercial
- La primera imagen
- Recogida de información
- Preparación psicológica de la venta
- Pensamientos positivos
- Influencia de los prejuicios
- Acogida del cliente:
- La etapa de acogida
- Acogida y presentación adecuadas
- Necesidades del cliente
- Detección de las necesidades del cliente
- Creación de una necesidad
- Reducción de la incertidumbre
- Argumentación y debate de objeciones:
- Objetivos de la argumentación
- Información para argumentar
- El deseo de compra
- Manejo de una objeción
- Uso del lenguaje
- Contestar objeciones
- Cierre de la venta y seguimiento:
- Señales de cierre de la venta
- Técnicas de cierre
- El seguimiento de la venta
- Situaciones para el seguimiento





Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

- Tipos de seguimiento

### 1.3.2.- Preparación de Negociaciones

- Identificación de las situaciones de negociación:
- Ámbitos de negociación
- Situaciones de negociación
- Filosofía de la negociación
- Fases de la negociación
- Evaluación del poder negociador:
- Fuerza de negociación
- Opciones de solución
- Relaciones entre las partes
- Relaciones a largo plazo
- Alternativas negociación
- Definición de la estrategia de negociación:
- Análisis del entorno
- Estrategia de negociación
- Objetivos parciales
- Horquilla de negociación
- Priorización de objetivos parciales
- Criterios para priorizar
- Previsión de las dificultades de la negociación:
- Dificultades para abrir una negociación
- Negociación sobre intereses y sobre posiciones
- Alternativas a la negociación
- Alternativas propias y contrarias
- Posibles conflictos

### 1.3.3.- Desarrollo de Negociaciones



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Identificación de estilos de negociación:
- Estilo impositivo
- Estilo manipulador
- Estilo pasivo
- Estilo individualista
- Estilo asertivo
- Actuación en función de cada estilo negociador:
- Actitud más adecuada
- Negociación sobre intereses o sobre posiciones
- Ventajas del estilo asertivo
- Alternativas a la negociación
- Argumentación para alcanzar objetivos:
- Argumentación eficaz
- Opciones de solución
- Ventajas sobre la opción
- Intercambio de concesiones
- Dificultades para comenzar
- Anticiparse a las objeciones
- Habilidades de comunicación
- Empatía
- Escucha activa
- Preguntas adecuadas
- Anticiparse a las consecuencias
- Relanzamiento
- Reformulación
- Traducción
- Frase amortiguadora
- Información útil
- Disco rayado



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Banco de niebla
- Separación de temas
- Ofrecimiento de disculpas
- Aseveración negativa

#### 1.3.4.- Cierre de Negociaciones

- Toma de decisiones:
- Definición de intereses
- Elección de opciones
- Resolución de conflictos:
- Fuentes de conflicto
- Prevención de conflictos
- Activación emocional
- Control de las emociones
- Cierre de acuerdos parciales:
- Balance de cierre
- Cierre «ganar-ganar» «ganar-perder»
- Comportamiento estratégico
- Formalización de los acuerdos:
- Necesidad del contrato
- Contenido del contrato
- Incumplimiento del acuerdo

#### 1.4.- LA FUERZA DE VENTAS.

##### 1.4.1. Determinación de la fuerza de ventas

- Definición y conceptos
- Establecimiento de los objetivos
- Criterios para la selección de los integrantes de un equipo



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Ventajas del trabajo en equipo
- Inconvenientes del trabajo en equipo
- Productividad del grupo en función del número de participantes
- Cómo cohesionar el equipo
- Principios que rigen el grupo participativo
- Definición de rendimiento
- Medidas para mejorar el rendimiento
- 

#### 1.4.2. Liderazgo del equipo de ventas

- Identificación del papel del líder
- La formulación de objetivos
- La planificación del trabajo
- La implantación de una buena comunicación
- La colaboración activa
- La motivación de los colaboradores
- La delegación de funciones
- El desarrollo del equipo
- La solución de problemas
- La facilitación del trabajo
- El control de resultados
  
- Dirección de un equipo de trabajo
- Gestión de un equipo
- Dirección de un equipo durante su creación
- Dirección de un equipo cuando hay conflictos
- Dirección de un equipo en la fase de reinicio
- Dirección de un equipo consolidado
- Dirección de un equipo a pleno rendimiento



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

## 1.5.- LA SELECCIÓN DEL VENDEDOR

### 1.5.1. La evaluación del desempeño

- Consecución de objetivos
- Ventajas de la evaluación del desempeño
- Los problemas de la evaluación del desempeño
- La dirección por objetivos
- La justificación de los aciertos y los errores
- Factores de evaluación
- El sistema de evaluación
- 

### 1.5.2 Preparación de la entrevista

- Requisitos para preparar la entrevista
- El diálogo interno
- La realización de preguntas
- El ambiente de la entrevista
- Los errores más frecuentes
- Los documentos de la entrevista

### 1.5.3 Realización de la entrevista

- Fase de inicio
- Fase de desarrollo
- Análisis de resultados y evaluación
- La negociación
- Definición de planes futuros
- Cierre de la entrevista

## 1.6.- MANTENER A LOS VENDEDORES.



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

#### 1.6.1 Diseño de un plan de acción de fidelización del vendedor (1 hora)

- Conceptos fundamentales
- La dirección científica del trabajo
- La influencia de las relaciones humanas en el rendimiento

#### 1.6.2 Uso de incentivos valiosos (1 hora)

- El valor de los incentivos
- Tipos de incentivos
- Los incentivos higiénicos
- Enriquecimiento de las tareas
- Principios para enriquecer un puesto de trabajo
- Las teorías X e Y de Douglas y McGregor
- La receta
- La parrilla de Blake y Mouton
- Hersey y Blanchard
- 

#### 1.6.3 Detección de las necesidades del equipo (1 hora)

- La pirámide de Abraham Maslow
- La “compra de satisfacciones”
- Maslow vs. Herzberg

#### 1.6.4 La resolución de conflictos dentro del Equipo

- Teoría del conflicto
- Identificación del conflicto
- La resolución del conflicto
- Técnicas de resolución de situaciones conflictivas
- Estilos de negociación de conflictos
- Toma de decisiones en grupos

- **Contenidos prácticos:**



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

Los contenidos prácticos se trabajan simultáneamente con la impartición de los teóricos al tiempo que se realizan supuestos prácticos en el ordenador:

- Definición de los parámetros y variables que afectan a las estrategias comerciales y planes de venta de las organizaciones.
- Identificación de las variables del proceso de decisión de compra que afectan a los hábitos de compra de los consumidores y previsión de ventas de la organización.
- Explicación del proceso de compra-tipo diferenciando las variables internas y externas que intervienen en el desarrollo del mismo.
- Análisis de las características y atributos de los productos que afectan a la consecución y diseño de la estrategia comercial y su plan de ventas.
- Análisis de las ventajas y peculiaridades de la utilización de distintos canales de comercialización, para incrementar las ventas y alcanzar objetivos comerciales.
- Representación gráfica de los datos de las características de distintos segmentos de clientes/consumidores al que dirigir un producto o servicio determinado, relacionándolas con las características de productos similares en el mercado y deduciendo las posibilidades de penetración en el mismo.
- Análisis de la información comercial aplicando las técnicas de análisis adecuadas para la detección de oportunidades de negocio y definición de planes de venta efectivos.
- Identificación de la función de venta
- Conocimiento del cliente y al mercado
- Establecimiento de los objetivos comerciales
- Control de la actividad comercial
- Preparación de la entrevista comercial
- Recibimiento del cliente y detección de sus necesidades
- Argumentación y debate de objeciones
- Cierre de la venta y realización del seguimiento
- Obtención del pedido a través de los diferentes canales de comercialización
- Elaboración de una programación de la acción de venta propia
- Descripción de las estructuras y formas comerciales por el tipo de venta ya sea presencial y/o no presencial
- Identificación de las características de los productos y servicios y posicionamiento de una empresa y su implicación en el plan de ventas
- Descripción de las características y estructura de un argumentario técnico de ventas, precisando su función
- Conocimiento de las técnicas de venta más efectivas
- Aplicación de las estrategias principales para vender con éxito
- Práctica una correcta planificación comercial



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Ejecución de entrevistas comerciales eficaces
- Identificación y manejo de los factores determinantes para llevar a cabo una negociación
- Identificación de las características del proceso de negociación
- Establecimiento de los pasos necesarios para su desarrollo
- Aclaración del punto de partida de cada uno de los negociadores
- Definición de la estrategia que se utilizará en la negociación
- Previsión de las posibles dificultades del proceso de negociación
- Identificación del estilo de negociación de los interlocutores
- Comportamiento según los estilos de colaboración que se hayan identificado
- Mejora del resultado de las negociaciones formales o informales
- Identificación de los elementos relevantes de la negociación
- Preparación de los procesos de negociación
- Definición de las estrategias más convenientes para alcanzar acuerdos satisfactorios para las partes.
- Formalización de acuerdos.
- Cierre de acuerdos parciales.
- Resolución de conflictos.
- Establecimiento los pasos necesarios para su desarrollo.
- Aclaración del punto partida cada uno de los negociadores.
- Calculo y definición de la fuerza de ventas y las características del equipo comercial de acuerdo con unos objetivos comerciales y presupuesto definidos previamente.
- Identificación de los parámetros y variables que hay que controlar en el desarrollo del plan de ventas y el equipo comercial.
- Identificación de las barreras al liderazgo.
- Detección y anulación de los frenos existentes en el equipo de dirección
- Aplicación de la delegación y control los resultados con posterioridad.
- Establecimiento y adecuación de los objetivos de un equipo de trabajo a su finalidad
- Identificación y manejo de las variables de las que depende el funcionamiento eficaz del equipo
- Determinación de los estilos de mando y liderazgo de equipos de comerciales de acuerdo con distintos objetivos comerciales, valores, cultura e identidad corporativa.
- Aplicación de las reglas principales para el trabajo en equipo, así como los diversos comportamientos que podemos encontrar en la relación entre los miembros de un equipo de trabajo.
- Identificación de los campos de actuación profesional a los que se aplican las técnicas de evaluación





Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Desarrollo de las etapas y tareas clave de un entrevista de evaluación de desempeño
- Preparación de la información necesaria para realizar la evaluación del desempeño de las personas que colaboran en el equipo
- Descripción del perfil, competencias y características de los comerciales para la ejecución de un plan de ventas adecuado a unos objetivos y perfil de clientes determinado utilizando un profesiograma.
- Descripción y documentación del puesto de comercial
- Establecimiento de objetivos de rendimiento.
- Redacción de los criterios de medición para evaluar el rendimiento
- Evaluación y revisión del rendimiento
- Desarrollo de una reunión y favorecer la participación de los miembros del grupo
- Aplicación de técnicas de para organizar, animar, y motivar al equipo
- Identificación de los principales elementos y aspectos para la motivación de los miembros de un equipo de trabajo comercial.
- Desarrollo de comportamientos eficaces
- Aplicación de medios para el reconocimiento el desempeño personal del vendedor
- Identificación el valor de los incentivos en cada miembro del equipo
- Análisis de las condiciones de retribución y jornada laboral efectiva que habitualmente se aplican a equipos de comerciales según distintas situaciones laborables: flexible, continua, por horas, por objetivos, comisiones, entre otras.
- Identificación de los pasos y elementos clave en el proceso de gestión de las críticas y reconocimientos
- Evaluación de la ejecución del feedback en l resolución de conflictos.
- Previsión e identificación de situaciones de conflicto

• **Contenidos actitudinales:**

Adquisición de herramientas y valores necesarios para poder aplicar tanto el contenido práctico como el teórico dentro de la actividad laboral:

- Toma de conciencia de la importancia de la optimización de la gestión comercial para el desarrollo con éxito de las principales técnicas de ventas
- Interés por la información relativa a las actividades de venta y los objetivos comerciales: volumen de ventas, segmento y perfil de clientes, argumentario del producto, posicionamiento de la empresa/producto, entre otros, que se obtiene del desarrollo de la actividad, proveedores, clientes y entorno de acuerdo a los procedimientos establecidos por la empresa.



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Atención a las características de los productos/servicios propios o disponibles, así como los de la competencia, se identifican y analizan siguiendo los criterios comerciales para su adaptación al segmento de clientes.
- Concienciación de la optimización de la gestión comercial para el desarrollo con éxito de las principales técnicas de ventas
- Adquisición de una visión global de la venta para mejorar la participación del vendedor en ella.
- Valorar la importancia de presentar la oferta de ventas de la forma más eficaz posible para que resulte apetecible al cliente.
- Toma de conciencia de la importancia en la recepción y gestión de las objeciones y los distintos métodos de respuesta de las mismas.
- Comprensión del proceso completo de ventas, el cierre y el tratamiento de quejas y reclamaciones
- Ser consciente de los elementos relevantes de la negociación
- Tomar conciencia de las situaciones de negociación, analizarlas en cada caso y detectar su estructura estratégica
- Valorar la facilidad para conseguir acuerdos y compromisos
- Valorar, elegir y concretar para tomar una decisión.
- Hábito en el establecimiento y adecuación de los objetivos de un equipo de trabajo a su finalidad.
- Valoración de la importancia de identificar y manejar las variables de las que depende el funcionamiento eficaz del equipo.
- Compromiso para aumentar la credibilidad y la autoridad ante los miembros del equipo, desarrollando habilidades sociales que potencien un adecuado clima laboral.
- Interiorización del uso de la delegación como herramienta de desarrollo de colaboradores y herramienta de gestión del tiempo.
- Interés por conocer y utilizar la inteligencia emocional en la dirección de personas.
- Responsabilidad en crear equipos cohesionados y motivados.
- Disposición para actuar eficazmente como animador de su equipo de trabajo, sabiendo adaptar su estilo de mando a cada situación.
- Valoración de la importancia de una correcta evaluación del desempeño para la mejora de los resultados en la organización.
- Reconocimiento de las ventajas de un correcto sistema de selección para detectar errores en el diseño del puesto.
- Esfuerzo por la obtención de una visión global e integrada de la evaluación de las personas en la empresa.
- Toma de conciencia de la importancia de la mejora de la habilidad para orientar y desarrollar a sus colaboradores.
- Esfuerzo por entender y comprender la finalidad y utilidad del sistema para la estrategia y objetivos de la empresa.



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Comprensión e integración de las motivaciones profundas que movilizan a los comerciales.
- Disposición para reforzar el sentido de pertenencia al equipo comercial y potenciar resultados.
- Valorar la importancia de fortalecer el equipo comercial para el desarrollo del negocio y el alcance de los objetivos marcados.
- Predisposición para valorar el trabajo de los integrantes del equipo en el desarrollo de la actividad profesional
- Concienciación de la importancia de diagnosticar situaciones difíciles e intervenir con eficacia para la resolución de conflictos entre los miembros del equipo comercial
- 

**Semana 2 (de 11 al 17 de junio)**

-

**UNIDAD 2: INTRODUCCIÓN AL MARKETING.**

**(10 horas: 3 teóricas y 7 prácticas)**

**2.1.- CONCEPTO.FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE MARKETING.**

**2.2.- FACTORES QUE INFLUYEN EN EL MARKETING (MARKETING MIX).**

**2.3.- EL PRODUCTO.**

**2.4.- EL PRECIO. LA DISTRIBUCIÓN. LA COMUNICACIÓN.**

**2.5.- EL PLAN DE MARKETING**

**• Contenidos teóricos:**

Los contenidos teóricos están estructurados de forma lógica y coherente siguiendo una secuencia organizada:

**2.1.- CONCEPTO.FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE MARKETING.**

- Fundamentos del Marketing
- Concepto de Marketing estratégico
- Marketing estratégico vs. Marketing operativo



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- 

## 2.2.- FACTORES QUE INFLUYEN EN EL MARKETING (MARKETING MIX).

- Elementos de Márketing Mix: producto, precio, promoción y distribución
- Segmentación del mercado
- Tipos de Segmentación
- El mercado objetivo
- Mercados y segmentos
- El consumidor
- Influyentes en el consumidor
- Motivación para la compra

## 2.3.- EL PRODUCTO.

- Producto
- Producto vs. Servicio
- Ciclo de vida del producto

## 2.4.- EL PRECIO. LA DISTRIBUCIÓN. LA COMUNICACIÓN.

### 2.4.1 Precio

- Política de precios
- Criterios de fijación de los precios
- Los modelos de fijación de precios

### 2.4.2. Distribución

- Estrategias de Distribución
- La Franquicia y Cobranding
- Las 3 Ps del sector servicios
- Merchandiding

### 2.4.3. Comunicación



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- La identidad corporativa y la imagen corporativa
- Imagen e Identidad
- Promoción y Comunicación Mix
- La marca
- Marcas
- Características de la Marca
- Construir una marca
- Claves para conseguir el éxito sostenido de la marca
- Publicidad

#### 2.5.- EL PLAN DE MARKETING

- Elaboración de un Plan de Marketing
- Control del Plan de Marketing

#### • **Contenidos prácticos:**

Los contenidos prácticos se trabajan simultáneamente con la impartición de los teóricos al tiempo que se realizan supuestos prácticos en el ordenador:

- Análisis de la importancia que tiene el marketing en la empresa y conocer cuál es su función.
- Análisis de la importancia que tiene la estrategia de marketing en la empresa
- Determinación de quién es el sujeto que verdaderamente toma la decisión de adquirir el producto, si es el consumidor o quien influye en él.
- Análisis del tipo de producto que selecciona entre las distintas alternativas que valora.
- Estudio de cuáles son los motivos por los que adquiere el producto, basándose en los beneficios o satisfacción de necesidades que suponen
- Conocimiento de cuál es el momento en que compra y la frecuencia con que lo hace.
- Determinación del lugar de adquisición, los puntos de distribución a los que acude.
- Estudio de la cantidad de producto adquirida, averiguando además si la compra es repetitiva o no.
- Determinación de las directrices en la política de producto final, fundamentalmente respecto a su marca, envase y etiquetado.
- Análisis de las distintas promociones y mensajes comerciales reales en establecimientos comerciales.



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Identificación de los factores que afectan a la fijación de precios productos.
- Reconocimiento de todas las variables del mercado y cómo van a influir en las decisiones estratégicas de marketing.
- Establecimiento de estrategias en relación al poder de decisión que tiene el cliente
- Definición de los canales de distribución en marketing.
- Diferenciación de los tipos de canales de promoción en función de los distintos productos-mercados.
- Clasificación de la información sobre clientes, productos/servicios, precios, posición entre otros siguiendo un criterio de relevancia de las variables para el plan de ventas y los objetivos comerciales de la organización
- Diseño de cómo se va a medir la evolución hacia los objetivos y como se llevarán a cabo los ajustes para mantener los programas dentro de las previsiones.
- Delimitación de los programas para llevar a cabo la estrategia elegida, incluyendo actividades concretas, su planificación temporal, presupuesto y asignación de responsabilidades para: producto, precio, distribución y comunicación

•

• **Contenidos actitudinales:**

Adquisición de herramientas y valores necesarios para poder aplicar tanto el contenido práctico como el teórico dentro de la actividad laboral:

- Toma de conciencia de la importancia de identificar de modo más efectivo las necesidades actuales y futuras de sus clientes.
- Disposición para planificar de modo más efectivo la acción comercial.
- Comprensión del papel que desempeña la cultura, la subcultura y la clase social del comprador
- Toma de posición para tratar de adoptar una visión como si del propio consumidor se tratara, conceptualizando su producto a través de un enfoque centrado en las necesidades del consumidor.
- Espíritu crítico para el análisis de problemas y situaciones relacionadas con el marketing, indicando las estrategias a seguir, planificando acciones y desarrollando sistemas de control.
- Valoración de la importancia de identificar las variables necesarias para la formulación de una estrategia comercial factible.
- Participación en el incremento de competitividad de la empresa a través del desarrollo de una estrategia empresarial que incluya e interiorice cuestiones como la comunicación con los clientes internos y externos, el posicionamiento, la reputación online, el uso de herramientas sociales... etc.
- Interés por crear, mantener e intensificar relaciones con clientes, proveedores y distribuidores.
- Responsabilidad en la medición de los resultados, comparando previsiones y realizaciones determinando acciones correctoras para reconducir desviaciones sobre los resultados esperados.



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

## Resumen del contenido de los módulos

### UNIDAD 1: GESTIÓN DE VENTAS.

#### 1.1.- LA ORGANIZACIÓN COMERCIAL.

#### 1.2.- LA PREVISIÓN DE VENTAS.

#### 1.3.- LA VENTA PERSONAL.

#### 1.4.- LA FUERZA DE VENTAS.

#### 1.5.- LA SELECCIÓN DEL VENDEDOR

#### 1.6.- MANTENER A LOS VENDEDORES.

### UNIDAD 2: INTRODUCCIÓN AL MARKETING

#### 2.1.- CONCEPTO.FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE MARKETING.

#### 2.2.- FACTORES QUE INFLUYEN EN EL MARKETING (MARKETING MIX).

#### 2.3.- EL PRODUCTO.

#### 2.4.- EL PRECIO. LA DISTRIBUCIÓN. LA COMUNICACIÓN.

#### 2.5.- EL PLAN DE MARKETING

## 9. Metodología de impartición

### Programación metodológica:

Describe detalladamente la metodología utilizada en el desarrollo de la acción formativa tanto en la parte teórica como práctica (si la acción formativa requiere prácticas):

Teórica

El uso de la tecnología aporta grandes ventajas al sector de la formación, facilitando y potenciando de manera importante el proceso de aprendizaje de la persona, a través de los aspectos más interactivos de los usos de dichos sistemas, proporcionando dinámicas pedagógicas y metodológicas basadas en la colaboración, la comunicación y el acceso a una inmensa cantidad de recursos de información.

El diseño y desarrollo de los contenidos que se incluyen en esta formación en modalidad on-line, están establecidos con una adecuada estructuración y una minuciosa planificación que facilita su seguimiento por parte de los participantes en dicho curso.

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

Para ello se diseña una estructura del contenido y el material de trabajo en base a módulos y unidades didácticas que facilitan el proceso de aprendizaje del participante. De esta forma se garantiza el poder llevar a cabo un seguimiento directo sobre el progreso de cada uno de los participantes en el curso, y por el otro, establecer una lógica secuencial, de manera que cada módulo y unidad capacite al alumno para afrontar el siguiente.

Adicionalmente a los módulos y unidades que componen la AAFF, el participante cuenta con Material Didáctico complementario, así como un Glosario de Términos que, en definitiva, aporta un mayor número de recursos con el fin de facilitar el proceso de construcción del conocimiento.

Por otro lado se presenta ante el participante una guía que le permite orientar su proceso de aprendizaje de acuerdo a sus necesidades y disponibilidad. La Presentación del curso incluirá los aspectos más destacados con respecto a la forma en la que se van a llevar a cabo los puntos generales del proceso formativo: objetivos, metodología, planificación, sistemas de evaluación, FAQs, etc. El alumnado obtendrá a través de este recurso:

Mensaje de Bienvenida: con datos de acceso a la Plataforma (enviado a su correo electrónico) y un manual de usuario, que le facilitará el acceso y manejo de la plataforma.

Información sobre la acción formativa: calendario (fechas de inicio y fin de curso, fechas de entrega de trabajos, etc.),

Pautas para el óptimo desarrollo del curso: este documento ofrece una serie de orientaciones para el alumnado acerca de los recursos disponibles en la plataforma, así como el orden de ubicación en la misma y sus funcionalidades.

Relación de Unidades Didácticas: división de los contenidos de la acción formativa por unidades didácticas o temas.

Manuales de la plataforma: los contenidos se pueden descargar en formato papel.

Acceso al material y documentación: temario y material complementario

Acceso a vínculo de interés para el curso y para la elaboración de los trabajos: artículos, lecturas y vídeos

Acceso a tutorías y foros, para realizar consultas. Según la naturaleza de la consulta se ubicará en uno de los dos espacios: las tutorías que se destinan para tratar información y datos personales y el foro para realizar consultas y dinamización del grupo (previamente comunicadas)

Acceso a cuestionarios de evaluación: de cada una de las unidades didácticas o módulos.

Acceso al Glosario: se utiliza para facilitar el acceso a una serie de definiciones de los principales términos utilizados durante el desarrollo de la acción formativa, tema, etc. Podría definirse como una enciclopedia, donde se explican con mayor extensión los conceptos a tratar.

Acceso al Calendario: recoge fechas y avisos importantes.

Tablón de Anuncios: este espacio se destina a la comunicación de avisos o noticias de interés para el alumnado. La única función de este foro es informativa, ya que el alumnado no puede responder. Se suele utilizar para avisar de las fechas de inicio y fin de la acción formativa, cambios de programación de las clases, fecha días festivos, etc.

Foro de Incidencias: este espacio se destina al planteamiento y resolución de dudas y dificultades técnicas, como pueden ser: problemas en descarga de archivos, visualización de los vídeos, de acceso, etc. Normalmente, en este foro atiende y responde a las dudas el área de e-learning de Icadepro

El sistema permite al alumno plantear sus dudas en cualquier momento y obtener respuesta semanalmente, en un plazo de respuesta 48 horas (72 horas, en casos excepcionales, como puede ser por coincidencia de días de fiesta). Además, se podrá establecer, de mutuo acuerdo con el docente, un horario semanal (1 hora a la semana) en el que el éste estará conectado a Internet y donde los alumnos podrán plantear sus dudas y obtener la respuesta de forma inmediata.

El tutor desarrollará un papel de facilitador del aprendizaje del alumnado. Animará e incitará al alumno a que participe en las horas destinadas a Teleformación. Por tanto, la plataforma de formación se utilizará como vía continua de comunicación entre el docente del curso y el alumnado.



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

De todas las aplicaciones que tiene la plataforma se utilizarán principalmente: foro, tutorías (mensajería interna), tareas y cuestionarios. Destaca, de esta aplicación, su sencillez en el uso y carácter intuitivo.

A su vez, cada una de las Unidades Didácticas presenta diferentes recursos o materiales formativos:

- Contenidos teóricos de la unidad: el Temario, desarrolla de forma detallada los contenidos, para facilitarnos su comprensión y adquisición. Los contenidos teóricos se ofrecen en formato PDF, facilitando el acceso y estudio de los mismos, pues ofrece la posibilidad de ser impresos, lo cual fomenta su lectura y, ofrece una mayor flexibilidad a la hora de estudiar. Los Vídeos son un recurso audiovisual muy eficaz para la adquisición e interiorización de los contenidos, ya que en ellos se incluyen los contenidos e ideas más relevantes de la unidad o módulo.
- Artículos y enlaces de interés: toda información y documentación adicional y de apoyo a los contenidos, como son las lecturas y anexos.
- Foro de aprendizaje: este espacio se destina para la realización de consultas y debates, así como actividades y ejercicios complementarios (carácter optativo) de cada unidad didáctica.
- Evaluación de la unidad (ejercicios y/o cuestionarios de evaluación del alumno): tanto actividades de elaboración propia a entregar, como cuestionarios de autoevaluación. El feedback adquiere gran importancia, pues podemos acceder en todo momento a los resultados de cada ítem de nuestras autoevaluaciones y, de esta forma, aprender de nuestros errores.

Además de tutor/dinamizador el proceso formativo esté apoyado por un teleformador (docente).

**Práctica**

Una formación on-line a distancia no puede plantearse bajo una perspectiva única de acceso a la información por muy bien estructurada que esta esté. El participante no puede ser un receptor pasivo de la misma, sino que es necesario generar entornos que promuevan su participación y una actitud activa orientada tanto hacia el trabajo individual como hacia el trabajo en equipo. Así, el aprendizaje debe ser considerado como un proceso activo y constructivo, el cual debe mantener al participante en continuo movimiento, es decir, en una actitud orientada a la investigación, el análisis, la organización de la información y la generación de preguntas e inquietudes a través de una comunicación abierta y permanente, no sólo con el formador, sino también con el resto de los participantes del grupo.

Por consiguiente, el tutor pondrá en marcha técnicas orientadas a la creación de dinámicas y actividades de trabajo en grupo, ya que aumentan de manera importante la motivación del participante y, por tanto, su capacidad de asimilación y adquisición del conocimiento.

La colaboración a través del trabajo de grupo permite desarrollar en el participante una mentalidad abierta y flexible a través de la práctica de actividades dirigidas a resolver problemas, investigar, analizar, estructurar y compartir información; además de debatir y defender puntos de vista, a la vez que se adquiere la capacidad de desarrollar proyectos a partir del buen uso de las nuevas tecnologías de la información.

Por otro lado, solamente podremos asegurar un proceso de aprendizaje satisfactorio, si dicho contenido consta además, de actividades prácticas que permitan facilitar el proceso de asimilación del mismo a la vez que podemos, a través de dichas actividades, realizar un adecuado seguimiento del progreso de cada participante.

Los materiales y herramientas de esta AAFF incluidas en la Plataforma de Formación Virtual permiten desarrollar los conocimientos prácticos de forma personalizada. El alumnado realizará sus actividades y las entregará por correo electrónico a su tutor, o a través de la propia plataforma (donde tendrá también acceso a los materiales de consulta necesarios para realizarlos).

Para ello, el alumnado contará con:

-  
Acceso a TUTORÍAS: las tutorías se destinan para tratar información del curso y datos personales.

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

Acceso FOROS: el foro será utilizado como elemento fundamental de contextualización en situaciones reales o ficticias íntimamente relacionadas con la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos. El foro está considerado como una de las mejores herramientas para intercambiar información. Tiene la capacidad de conferencia asíncrona entre los partícipes del mismo, permitiendo preguntas y respuestas por parte de los participantes. Es un instrumento facilitador del intercambio directo de ideas, dudas y resolución de las mismas.

Cada unidad didáctica contará con un foro específico "Foro de aprendizaje", destinado al planteamiento de temas de debate y actividades complementarias de cada unidad. De esta forma, los contenidos se irán trabajando de forma secuencial y organizada, atendiendo a la temática de la unidad didáctica en cuestión. Además, el alumnado dispone de otros foros, como herramientas de comunicación de carácter más general.

Acceso a CUESTIONARIOS: pruebas que el docente introduce para que el alumno se pueda autoevaluar. Ofrece rapidez y facilidad al alumnado en el seguimiento de su progreso en el proceso de aprendizaje. Los tipos de cuestionarios que se suelen utilizar son:

- Opción Múltiple.
- Verdadero / Falso.

Acceso a TAREAS: actividades marcadas por el docente al alumnado. El alumnado, una vez elaboradas las actividades, las remite al docente para su corrección. El docente puede establecer fechas límite de entrega (según duración de cada unidad didáctica) y puntuación máxima en dichas tareas.

FAQ'S: "Frequently asked questions". El alumnado tiene acceso una recopilación de las preguntas más frecuentemente formuladas, así como sus correspondientes respuestas.

A su vez, cada una de las Unidades Didácticas presenta diferentes recursos o materiales formativos:

- Contenidos teóricos de la unidad: el Temario, desarrolla de forma detallada los contenidos, para facilitarnos su comprensión y adquisición. Los contenidos teóricos se ofrecen en formato PDF, facilitando el acceso y estudio de los mismos, pues ofrece la posibilidad de ser impresos, lo cual fomenta su lectura y, ofrece una mayor flexibilidad a la hora de estudiar. Los Vídeos son un recurso audiovisual muy eficaz para la adquisición e interiorización de los contenidos, ya que en ellos se incluyen los contenidos e ideas más relevantes de la unidad o módulo.
- Artículos y enlaces de interés: toda información y documentación adicional y de apoyo a los contenidos, como son las lecturas y anexos.
- Foro de aprendizaje: este espacio se destina para la realización de consultas y debates, así como actividades y ejercicios complementarios (carácter optativo) de cada unidad didáctica.
- Evaluación de la unidad (ejercicios y/o cuestionarios de evaluación del alumno): tanto actividades de elaboración propia a entregar, como cuestionarios de autoevaluación. El feedback adquiere gran importancia, pues podemos acceder en todo momento a los resultados de cada ítem de nuestras autoevaluaciones y, de esta forma, aprender de nuestros errores.

El último punto importante a tener en cuenta en el desarrollo de esta AAFF on line es el aspecto de Evaluación, ya que además de contar con los resultados de evaluación de la plataforma, y los trabajos/actividades, se combinará con otros aspectos como el tiempo de acceso a un curso de un participante, el número de intervenciones, comparativas con respecto al progreso individual y de grupo, participación en foros.....

El centro cuenta con personal para la orientación y asesoramiento a los participantes en el manejo de la plataforma virtual, resolución de dudas, incidencias técnicas/informáticas y pautas para el máximo aprovechamiento de las TIC en procesos de enseñanza - aprendizaje.

Además de tutor/dinamizador el proceso formativo esté apoyado por un teleformador (docente).

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

En resumen, se utiliza una metodología Multimedia e Interactiva a través de la que se pretende que la formación sea lo más simple y eficaz posible. Multimedia porque emplea todos los recursos de imagen y sonido disponibles, e Interactiva por que el usuario trabaja constantemente. Esta Metodología permite ofrecer:

Mayor flexibilidad en el proceso formativo

Adaptación a las necesidades de la organización y del alumno

Personalizado para cada individuo

Evaluación y registro de los conocimientos adquiridos

## 10. Evaluación. Mecanismos de seguimiento y control

Seleccione el nivel de evaluación que va a realizar y desarrolle los mecanismos de seguimiento y control, describiendo por cada opción elegida: quién es el responsable del proceso, o del desarrollo de la evaluación, en que plazos o momentos se lleva a cabo cada fase, y las herramientas o pruebas, creadas o utilizada para realizar el proceso, etc... Utilice el apartado de otros si desea detallar otro tipo de información.

### Opinión de los participantes

El sistema de gestión de la calidad, contempla la evaluación de todas sus acciones formativas mediante un cuestionario de satisfacción que deben cumplimentar tanto los alumnos así como el docente al finalizar la acción formativa. Se establecen procedimientos de evaluación de los contenidos, adaptación metodológica, adaptación de las oferta al sistema productivo y calidad de los recursos, todo debidamente computado con sus respectivos indicadores. En caso de no alcanzar los indicadores establecidos, el sistema contempla acciones de mejora o preventivas.

### Opinión de los participantes

La opinión de los participantes será recogida por dos vías:

#### 1. CUESTIONARIO DE CALIDAD DE LA ENTIDAD SOLICITANTE

Tal como establecen los dos sistemas de calidad que tenemos implantados en nuestra empresa (ISO9001/EFQM+400), no sólo hemos de basar la evaluación en un resultado final que muestra el grado de conocimiento de la materia alcanzado por el alumnado; sino que hemos de ir más allá y tener en cuenta todos los aspectos de la programación y evaluarlos para contribuir a la mejora de dichos procesos y, por ende, a la calidad de la formación.

La responsabilidad de realizar esta evaluación corresponde a la entidad solicitante del plan y concretamente a los técnicos de formación destinados para la gestión del presente plan. Para tal fin el 100% de los alumnos de la acción formativa cumplimentarán un cuestionario de nivel de satisfacción de carácter anónimo al finalizar la acción formativa. Asimismo, el profesorado también cumplimentará un cuestionario de satisfacción.

Los resultados obtenidos de ambos cuestionarios serán tabulados para la obtención de un informe final que será entregado a la coordinadora del plan de formación para su estudio. Se prestará especial atención a la consecución de los objetivos, la asimilación de los contenidos, la infraestructura y organización, la planificación, las habilidades docentes y el impacto de la acción formativa. Dicho informe formará parte de la justificación final de cada curso.

Se pretende obtener información sobre la reacción de los alumnos respecto a diferentes aspectos del proceso formativo: el profesorado, la programación didáctica, la organización del curso, la metodología, materiales didácticos entregados, instalaciones, medios del centro y posibles sugerencias que quieren expresar.



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

Además queremos reseñar que desde la primera sesión de cada acción formativa, en el momento de la presentación de la misma, se anima a los participantes a trasladarnos sus sugerencias a través del teléfono, del correo electrónico o de las hojas de sugerencias del centro, durante el desarrollo de la misma.

El modelo de cuestionario de calidad que se utilizará se presenta en la memoria del presente plan.

Por otro lado y como medida de control continuo que permita en su caso aplicar medidas rectificativas, también se realiza un cuestionario ecuador anónimo a todos los alumnos de todos los cursos que se ejecuten y que superen las 20 horas de duración.

El modelo de cuestionario de calidad de mitad de curso que se utilizará se presenta en la memoria del presente plan.

### 1. CUESTIONARIO OFICIAL DE CALIDAD

Por otro lado, y para cumplir con los requisitos del punto DÉCIMO NOVENO\_ Evaluación y control de la formación de la presente convocatoria, el 100% de los alumnos de la acción formativa también cumplimentarán el modelo de cuestionario oficial "CUESTIONARIO PARA LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LAS ACCIONES FORMATIVAS EN EL MARCO DEL SISTEMA DE FORMACIÓN PARA EL EMPLEO. FORMACIÓN DE OFERTA (Orden TAS/718/2008, de 7 de marzo)".

La gestión de los datos obtenidos, así como su grabación telemática y custodia seguirán las pautas establecidas por la convocatoria.

Evaluación del aprendizaje  
Contenidos

#### **Evaluación teórica final**

Dentro de la parte on-line de la programación se realizará esta prueba continua teórica y es de carácter obligatoria. Para valorar el aprendizaje de los contenidos y el grado de aprovechamiento del curso se realizarán las siguientes pruebas objetivas:

Número de pruebas: 5 pruebas teóricas on-line y continua, por cada unidad didáctica

Duración: 30 minutos cada una.

Instrumento: Consiste en 1 prueba objetiva de 30 ítems, con diferentes tipos de preguntas, como son de respuesta breve, verdadero/falso, correspondencia, texto incompleto y de selección múltiple. Esta prueba se realizara directamente sobre la plataforma y es de carácter individual.

Momento: a lo largo de la programación del MF, y a la finalización de cada UF. Es obligatorio para el alumno realizar esta prueba de evaluación continua.

Lugar: directamente sobre la plataforma y será el propio sistema el responsable de realizarla, corregirla y baremarla.

Puntuación de las pruebas: La puntuación máxima de cada prueba es de 10 puntos. Se considerará que el alumno ha pasado la prueba satisfactoriamente si obtiene 5 o más puntos.

En total, el alumno realizará 5 pruebas teóricas on-line continua, y su peso sobre la baremación final del módulo es la siguiente:

Evaluación Continua: 30 %

Evaluación Final: 70% (20 teórico + 50 práctico)

Habilidades

#### **Evaluación práctica continua:**

Dentro de la parte on-line de la programación se realizará esta prueba continua práctica y es de carácter obligatoria. Es responsabilidad del tutor realizar la evaluación, corrección y baremación de los contenidos prácticos on-line. Para valorar el aprendizaje de los contenidos y el grado de aprovechamiento del curso se realizarán las siguientes pruebas objetivas:



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

Número de pruebas: 5 pruebas práctica on-line y continuas, una por cada UF, que será enviada por el tutor al correo electrónico del alumno la tercera semana de programación, y el cual estará obligado a reenviar una vez realizada para su corrección por parte del tutor, cumpliendo con los tiempos establecidos para la entrega, para que éste pueda corregirla y baremarla.

Duración: 30 minutos

Instrumento: se utilizará como instrumento de Evaluación un ejercicio propuesto, que englobará parte de las unidades didácticas. Se evaluará la utilización de estrategias adecuadas para la resolución de problemas y la interpretación de las soluciones aportadas por los alumnos.

Momento: a lo largo de la programación del MF. Es obligatorio para el alumno realizar esta prueba de evaluación continua y es de carácter individual

Puntuación de las pruebas: La puntuación máxima de cada prueba es de 10 puntos. Se considerará que el alumno ha pasado la prueba satisfactoriamente si obtiene 5 o más puntos.

En total, el alumno realizará 5 pruebas prácticas on-line continuas, y su peso sobre la baremación final del módulo es la siguiente:

Evaluación Continua: 30 %

Evaluación Final: 70% (20 teórico + 50 práctico)

Se tendrá acceso a la plataforma hasta una semana después de la finalización de la formación presencial, periodo que también tendrá el alumno para enviar la resolución de los casos prácticos.

#### Actitudes

La evaluación de las actitudes se realizará al finalizar cada unidad formativa o módulo formativo (en caso de no poseer UF). El valor de esta evaluación se puntúa sobre 10, y se registrará en el acta de calificación junto con la nota final de evaluación y se detallará con una tabla de evaluación de los contenidos prácticos con un peso del 5% tal y como se expone más adelante.

Por otro lado señalamos que esta valoración pretende primar el comportamiento del alumno durante la acción formativa, pero en ningún caso podrá permitirle superar un MF/UF cuyo resultado hubiese sido, sin incluir la nota de la evaluación de actitudinal, NO APTO. De este modo se evita que un alumno cuya evaluación de conocimientos ofreciese un resultado de NO APTO obtuviese una calificación de APTO gracias a esa nota actitudinal.

El tutor, que es el responsable de realizar la evaluación de las actitudes, valorará el seguimiento proactivo de la acción formativa por parte del alumnado, participaciones en foros o aulas virtuales, la realización de los ejercicios propuestos, seguimiento de los temarios indicados y puntualidad en la entrega de los ejercicios.

Así mismo, el tutor mediante el control de las conexiones a la plataforma, realizará el seguimiento de participación del alumnado mediante correos electrónicos y llamadas telefónicas. Estas acciones de seguimiento tienen la finalidad de recabar información del avance del alumnado, incidencias técnicas, dificultades, motivación., etc.... También sirven para indagar sobre las posibles causas de retraso o abandono por parte del alumnado, obteniendo la información necesaria sobre los motivos que tiene para no seguir con la planificación del curso establecida por el tutor.

Los factores de evaluación serán los siguientes:

Factor 1 - **SEGUIMIENTO** - 3 puntos: Cumplimiento de los planes de trabajo propuestos.

Factor 2 - **PUNTUALIDAD** - 2 puntos: Entrega de ejercicios en el plazo fijado.

Factor 3 - **COMUNICACIÓN** - 1 puntos: Mantiene una comunicación fluida con el tutor.

Factor 4 - **FOROS** - 4 puntos: El tutor valora la participación en los foros de aprendizaje propuestos.

#### "BAREMACIÓN"

Indicadores de evaluación:

Factores
<b>Seguimiento.</b>



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

	Nunca (0): No sigue los planes de trabajo semanales, presenta un gran retraso con la planificación propuesta.
	A veces (1): No sigue los planes de trabajo propuestos, va atrasado con respecto a la planificación propuesta, pero avanza por el temario.
	Normalmente (2): Sigue los planes de trabajo semanales propuestos.
	Siempre (3): El avance del alumno es igual o superior al de los planes de trabajo propuestos.
<b>Puntualidad.</b>	
	Nunca (0): No realiza la entrega del ejercicio dentro del plazo fijado por el tutor.
	Siempre (2): Realiza la entrega del ejercicio dentro del plazo fijado por el tutor.
<b>3. Comunicación.</b>	
	Nunca (0): No realiza feedback con el tutor de las comunicaciones recibidas.
	Siempre (1): Da feedback al tutor de las comunicaciones recibidas en general.
<b>4. Foros.</b>	
	Nunca (0): No participa en ninguno de los foros de aprendizaje propuestos.
	A veces (1): Solo participa en alguno de los foros de aprendizaje propuestos con calidad en las intervenciones.
	Casi Siempre (3): Participa en la mayoría de los foros de aprendizaje propuestos con calidad en las intervenciones.
	Siempre (4): Participa en todos los foros de aprendizaje propuestos con calidad en las intervenciones.

**Aplicabilidad en el puesto de trabajo**

Se pretende que la formación recibida tenga un impacto positivo en el ámbito laboral del/a participante. La razón de ser de la formación profesional para el empleo es la mejora de la competitividad de las empresas y de la empleabilidad de los trabajadores (tanto ocupados como desempleados), luego es necesario medir el impacto de la formación en el desempeño laboral de los/as participantes y en las empresas donde trabajan.

Los responsables de realizar la evaluación del impacto serán los técnicos de formación de PROEMCA designados para el presente plan, realizando un seguimiento de la consecución de los objetivos por parte de los/as participantes, así como del efecto de la Acción Formativa sobre la consecución, promoción o mantenimiento del empleo.

Esta evaluación no se puede hacer inmediatamente después del proceso de formación; sino que habría que dejar pasar un margen de tiempo para poder contrastar los resultados anteriores con los que se dan una vez recibida la formación por los empleados.

En los tres meses siguientes a la finalización del plan de formación, se realizará una encuesta telefónica tomando un 20% de los participantes finales, a modo de muestro, con objeto de saber el impacto que ha producido la acción sobre el puesto de trabajo. Puntos a valorar del cuestionario:

- Adecuación a las necesidades del mercado
- Mantenimiento del empleo y promoción de los trabajadores



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Acceso a la formación continua
- Recursos económicos y medios empleados
- Niveles de aprendizaje y aplicación al puesto de trabajo

A continuación presentamos el modelo de cuestionario:

CUESTIONARIO DE APLICABILIDAD AL PUESTO DE TRABAJO

Nombre del trabajador:

Ocupado/desempleado:

Departamento:

Puesto ocupado:

Acción formativa recibida que se va a evaluar

1. ¿Cuál fue el principal motivo por el que asistió al curso? (Elija sólo 1 opción)

Me envió la empresa/Reciclaje Personal/Intercambiar experiencias/Descubrir nuevas herramientas para añadir a mi curriculum/Otras:.....

1. ¿Ha podido aplicar en su puesto de trabajo los aprendizajes adquiridos en el curso? Mucho Bastante Nada/Poco/Bastante/Mucho/ /No, porque...

1. ¿En qué medida ha mejorado su actividad laboral después de la realización del curso?  
Nada/Poco/Bastante/Mucho /No, porque...

1. Después del tiempo transcurrido, ¿qué opinión le merecen los contenidos y desarrollo del curso en relación con su trabajo?

Muy buena/Buena/Mala/Muy mala

1. ¿En qué medida la empresa me ha facilitado los medios necesarios para aplicar los conocimientos adquiridos en el curso al puesto de trabajo?

Mucho/Bastante/Poco/Nada

Otros

ICADEPRO S.L., cuenta con las siguientes certificaciones en sus instalaciones:

ISO 9001:2008, con el organismo certificador LLOYD'S REGISTER QUALITY ASSURANCE LTD., con el nº de Referencia NSG 6006298/11, aplicado a las siguientes actividades: "Diseño, gestión e impartición de formación presencial para el empleo en sus modalidades presencial, a distancia (convencional y teleformación) y mixta, y gestión, desarrollo e implantación de proyectos formativos públicos o privados"

EFQM +400 de excelencia, con el organismo acreditador LLOYD'S REGISTER QUALITY ASSURANCE LTD, con el número de registro CEG/15/RE04/0059.

Los procesos que han sido homologados para la obtención de dicha certificación son los siguientes:

**GESTIÓN COMERCIAL**

Acciones Comerciales

Elaboración de Ofertas

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

Solicitud de Cursos

Gestión de formación continua

**EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN FORMATIVA**



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

Selección/Preparación

Impartición / Evaluación Gestión de Prácticas

### PROCESOS DE APOYO

Compras

Almacenamiento

Formación

### CONSULTORÍA Y PROYECTOS:

Gestión de proyectos formativos públicos

Gestión de proyectos formativos privados

### PROCESOS DE APOYO

Formación interna y del profesorado

Dichos sistemas de gestión y sus procedimientos e indicadores de calidad, se aplican también a todas las acciones del plan de formación solicitado. En caso de no alcanzar los indicadores establecidos, el sistema contempla acciones de mejora o preventivas.

## 11. Certificación de la acción formativa

Indique a continuación el tipo de certificación que se otorga.

- Certificado de asistencia (realización de la acción formativa).
- Certificado de aprovechamiento / diploma.
- Certificación parcial acumulable de módulos que componen un Máster Universitario de carácter oficial.
- Certificación parcial acumulable de unidades de competencia (módulos formativos de certificados de profesionalidad).
- Módulo en centro de trabajo (Módulo FCT).
- Certificado de capacitación profesional (carné profesional o certificación profesional).

Indique para qué actividad profesional obtiene la certificación:

### Ámbito profesional

Trabajadores ocupados cualificados o de baja cualificación, que desarrollan su actividad en todos los sectores productivos del área comercial, orientación y venta al consumidor/usuario de bienes y servicios, y en pymes, empresas grandes y medianas, industriales y comerciales, así como empresas de marketing relacional o contactos transaccionales.

### Sectores

Sector de comercio al por mayor y al por menor, comercio integrado y asociado, agencias comerciales, en comercios tradicionales., Supermercados, Grandes Superficies, Tiendas especializadas, Empresas de prestación de servicios (seguros, productos financieros...) y en todo tipo de empresas con departamento de ventas teniendo, por tanto, un carácter marcadamente transectorial.

### Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados:

- Personas sin experiencia, que quieran introducirse profesionalmente en el ámbito comercial
- 2640.1047 Vendedores/as técnicos/as, en general
- 3510.1019 Agentes comerciales
- 3510.1028 Delegados/as comerciales, en general
- 3510.1037 Representantes de comercio, en general
- 5210.1034 Encargados/as de tienda
- 5499.1013 Vendedores/as no clasificados bajo otros epígrafes
- Jefe/a de ventas





Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

- Coordinador/a de comerciales
- Supervisor/a de telemarketing.
- Relaciones Públicas
- Empresarios
- Autónomos y responsables de pequeñas empresas del sector servicios
- Profesionales que necesitan mejorar sus capacidades de venta

Indique de qué certificación se trata:

En cuanto a la acreditación de la formación PROEMCA cumplirá con lo establecido en el punto DECIMOSEPTIMO, apartado 3-Acreditación de la formación, secciones a), b), c) y d).

Al final de la formación se le hará entrega al alumno de un diploma de aprovechamiento, si ha superado el 75% de la formación y con la calificación de apto.

Indique la norma jurídica que lo regula y la duración mínima establecida en dicha norma:

No es formación regulada

## 12. Calendario previsto de ejecución de la acción formativa

Del **lunes, 4 de junio de 2018 al domingo, 17 de junio de 2018**

## 13. Tutores/Formadores por grupo

Indique la cualificación de los formadores distinguiendo entre genérica y específica. Indique la experiencia laboral de los formadores distinguiendo entre genérica y específica. Indique la experiencia didáctica (en horas), distinguiendo entre genérica y específica o formación didáctica de los formadores.

	Internos	Externos
<b>Tutor/Dinamizador</b>	1	0
<b>Teleformador</b>	0	4
<b>Técnico de asistencia a usuarios</b>	1	0
<b>Otros</b>	0	1
<b>Total:</b>		7

Para cada persona que apoya el proceso, indique la cualificación, distinguiendo entre genérica y específica. Indique la experiencia laboral, distinguiendo entre genérica y específica. Indique la formación didáctica o experiencia didáctica en el área a desarrollar y en procesos formativos con teleformación (en horas).

### TUTOR DE PLATAFORMA

Responsable del seguimiento del alumno y su evolución durante la acción formativa.

Raquel Hernández Durá

Genéricos: Técnico en Informática de Sistemas ULL (2000). Acredita formación Metodología.

Específicos: docencia de la formación profesional para el empleo. formador de teleformadores. Administrador Moodle. Microsoft Office Specialist. Experiencia docente área informática presencial/on-line desde 2005. Gestora del departamento de teleformación de ICADEPRO con más de 5.000 h. de experiencia.

### TELEFORMADOR:

El profesorado tiene un nivel de estudios de licenciados diplomado o profesional con ciclos formativos superiores del área de la formación. En caso de formación certificado están acreditados por el SCE. Se adjuntan CVs en anexo IV "CV DOCENTES"

BEGOÑA DE BONIS REDONDO: Licenciada en Gestión Comercial y Marketing por ESIC Madrid. Cursos de Metodología Didáctica y Gestión de la Formación (Forem). Formador autorizado por el SCE. Docente del área de habilidades/comunicación desde el 2000. Teleformador con más de 1000h de experiencia.

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

**ANDRÉS DE LORENZO-CÁCERES:** Licenciado Psicología por ULL en Psicología Clínica en Habilidades Interpersonales, Formador de Formadores; Jefe RRHH en varias empresas. Formador en áreas de comunicación, ventas, atención al cliente, habilidades sociales y empresariales desde 2008. Acreditado por el SCE. Cuenta con más de 1200h como teleformador.

**CARMEN GLORIA GONZÁLEZ MACHÍN:** Diplomada en Ciencias Empresariales por la ULL, formación en Ventas, Marketing y RRHH. Consultora de empresas. Instructora desde el año 2005, cuenta con formación metodológica on-line.

**ALVARO GARCIA PUCHE:** licenciado en Pedagogía por la Universidad Pontificia de Comillas, experiencia profesional en las áreas recursos humanos y administrativo. Consultor senior de empresas. Instructor desde el 2009 en formación de oferta/demanda, cuenta con formación metodológica para teleformación. Acreditado por el SCE. Posee más de 1000 horas de experiencia en teleformación

#### TÉCNICO:

Supervisa el funcionamiento del sistema y ofrece al usuario el soporte técnico para obtener el máximo rendimiento de la aplicación.

Alvaro Rodríguez Mosquera

Genéricos: Técnico en Informática de Gestión, CENMARK, 1989

Específicos: Microsoft Office Specialist. Docente informática desde 2009. Director del Departamento Operaciones desde 2008 en ICADEPRO, cuenta con experiencia tanto en asesoramiento docente como en apoyo técnico a alumnos más de 8000h.

#### OTROS TUTORES:

Además contamos con el apoyo de la entidad OBJETIVO MERCADO, que posee un centro en Canarias de recursos tecnológicos, instalaciones, equipos y asistencia a usuarios para toda la Comunidad, para dar soporte a formación on-line del presente plan. Posee acuerdos de colaboración con las empresas más importante del sector de la teleformación en España y con una experiencia de más de cuatro años en el sector. OBJETIVO MERCADOB-38.820.783C/ Pintor Rivera nº21, planta 138006 Santa Cruz de Tenerife. OTROS SERVICIOS N.C.O.P. (Servicios Empresariales

## 14. Tutorías

### 14.1. Relación entre formador y participante

Seleccione el/los canal/es de comunicación. Si su opción no queda recogida en el impreso, cumplimente el apartado de "otros".

- Correo Postal
- Teléfono
- Fax
- Internet
- Otros

Describe el canal de comunicación indicado (Máximo aprox. 600 palabras)

Para esta AAFF, se plantea un sistema tutorial basado fundamentalmente en el uso de las herramientas de comunicación online (diferentes foros y mensajería interna). Un sistema en el que el alumno puede plantear sus dudas en cualquier momento y obtener respuesta a sus dudas semanalmente, en un plazo máximo de respuesta 48 horas (72 horas, en casos excepcionales, como puede ser por coincidencia de días de fiesta).

El personal cuenta con la formación y preparación suficiente para resolver sus dudas con respecto a los objetivos, contenidos, metodología y evaluación del curso, así como sobre las actividades y el material.

Las vías de comunicación al alcance de los alumnos son las siguientes:

Comunicación por correo postal: es aquella la tutoría que se realiza a través del contacto personal que se establece por carta entre el alumno y el tutor. Es considerado uno de los medios más importantes porque está al alcance de casi todo el mundo, no implica técnicas o tecnologías sofisticadas, permite una atención individualizada y personal.

Con esta tutoría el alumno puede recibir información acerca de los resultados que ha obtenido; respuestas aclaratorias de sus dudas y dificultades técnicas registradas en su estudio, orientaciones relacionadas con la forma

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

de estudiar, los contenidos o las fuentes de consulta, lo mismo que sobre aspectos administrativos u organizacionales del programa o sistema de educación a distancia.

**Comunicación telefónica:** Las tutorías telefónicas, suelen ser utilizadas para resolver dudas o dificultades puntuales que tengan los alumnos. Estas dudas o dificultades pueden referirse a aspectos didácticos o de orientación, pero para ser resueltas por este medio no deben ser de una gran magnitud. A veces se utiliza la tutoría telefónica para evaluar una situación o resolver una dificultad de mayor amplitud que haya sido planteada previamente por escrito por el alumno. Esta tutoría la puede solicitar el alumno cuando lo desee y lo requiera pero dentro del horario para este fin establecido por el programa.

**Comunicación por Internet:** Son las que se realizan a través de las aulas virtuales, y funcionan como tutorías grupales. Pueden utilizarse para exponer un determinado tema o cuestión de especial dificultad mediante una exposición de tipo magistral; pueden adoptar la estructura de un seminario entre los alumnos para la realización de pequeñas investigaciones, trabajos colectivos o puestas en común; pueden consistir en la realización de prácticas (de laboratorio, de taller, de conversación entre alumnos en el caso del aprendizaje de idiomas, etc.); pueden ser foros de discusión, debate e intercambio

**Comunicación por correo electrónico:** es de gran versatilidad ya que permite transferir con suma rapidez grandes cantidades de información, que pueden ser manipulada directamente y devuelta al emisor en el mismo formato que éste utilizó.

## 14.2. Sistema tutorial previsto

Describe el sistema tutorial previsto.

**1- Presentación:** la AAFF será presentada por el tutor a los alumnos en una sesión presencial informativa, de carácter no obligatorio, para informarle de todos los aspectos generales del curso, contenidos, proceso, evaluación, uso de la plataforma virtual y calendario programado.

### 2- Durante la formación:

El tutor realiza seguimiento y apoyo del alumno a través de sus progresos en la plataforma de teleformación y de su avance en los ejercicios prácticos planteados. La tutoría se desarrollará por tres vías:

**Tutoría Personal:** durante el curso va a ser el encargado de informar al alumno de su progreso hacia la consecución de los objetivos propuestos; incentivar su participación, motivarle, y fomentar el aprendizaje colaborativo.

El mecanismo de comunicación principal con los alumnos es el correo electrónico. Cada semana el alumno recibirá por este medio una planificación de trabajo semanal, en donde se le presentará los contenidos nuevos a trabajar y el plazo para realizarlo. El tiempo de respuesta a estos correos es siempre inferior a 24 horas, durante los días laborables de la semana, y a 48 horas los fines de semana (sábado y domingo).

En casos puntuales, aunque no raros, el tutor contacta telefónicamente a los alumnos para darles soporte extra en aquellos casos en los que por los medios anteriores no hayan podido solventar alguna duda.

**Tutoría Grupal:** el teleformador también será el encargado de dinamizar el uso de los recursos del curso: chats, foros, wikis, podcast y otros recursos 2.0. El tutor en estos casos dinamiza el grupo para sacar partido a la capacidad de generar actividades grupales como un entorno de trabajo colaborativo.

**Tutoría Técnica:** en las dudas referentes a problemas técnicos o de conexión y/o de manejo de la plataforma el alumno dispone de atención telefónica personalizada de 9:00 a 19:00 de la tarde.

La comunicación y el seguimiento de los tutores para con los alumnos será continua y constante hasta la finalización del curso, en la que ejercerá el papel evaluador del grado de aprovechamiento del curso por parte de los alumnos.

Por otro lado, el centro de realización y coordinación pone a disposición de los participantes sus aulas, previa petición para la correcta gestión de las instalaciones en el caso de que fuese necesario para la realización de consultas y actividades.

**3- Cierre de la formación:** el final del proceso de la tutorización de la AAFF, termina con el envío al alumno de la baremación final obtenida, así como de recomendaciones y observaciones respecto al desarrollo de la misma.

## 15. Material facilitado a los participantes para desarrollar la acción formativa



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Documentación de bienvenida al curso
- Guía de acceso al curso (Orientación Pedagógica Inicial)
- Equipo
- Acceso a internet
- Textos
- Pendrive o CD-ROM
- Carpetas de presentación de documentación
- Otros

Describe el material indicado que se facilita al alumno. (Máximo aprox. 600 palabras)

Número de entregas:

Se realizará una entrega al inicio de la acción formativa.

Material entregado:

- 1 por alumno, Manual digital elaborado específicamente para esta AAFF, y ajustado a los contenidos de las unidades formativas del curso.
- Bolígrafo azul: uno por participante
- Carpetas: uno por participante
- Block de notas: uno por participante

Otros:

Además el alumnado dispondrá en la plataforma de:

- Textos de apoyo
- Lecturas complementarias
- Ejercicios que apoyen la acción
- Casos prácticos sobre situaciones reales o ficticias
- Guía del alumno/Documentación de bienvenida
- Sistema de evaluación con cronograma

\* Todo el material anteriormente relacionado se proveerá en cantidad suficiente para el correcto desarrollo de la Acción Formativa

## 16. Equipos mínimos necesarios para desarrollar la acción

Detalle las características, modelo, capacidad mínima, etc...

Detalle las características, modelo, capacidad mínima, etc...

- Ordenador
- Software
- Lector de CD
- Módem
- Cámara de videoconferencia
- Impresora
- Tarjeta de sonido
- Pendrive
- Escáner
- Micrófono
- Altavoces
- Otros

descripción Describe los equipos mínimos para desarrollar la acción formativa.

Ordenador

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

Pentium II 550 Mhz  
128 Mb de RAM  
Mínimo 5 Mb de espacio en disco.  
Tarjeta gráfica SVGA, sin requerimientos mínimos de memoria.  
Teclado y ratón.  
Pantalla SVGA o superior, mínimo 800x600 pixeles de resolución

#### Software

Sistema operativo Windows 98, 2000, XP, Vista  
Navegador Microsoft Explorer 6.0 o superior  
Adobe Flash Mx 8 Player (de serie en Windows Vista)  
Avanzo Player (a instalar la primera vez que el alumno conecta)4.5

#### Módem

Conexión a Internet con ADSL

#### Tarjeta de sonido

Tarjeta de sonido digital básica con sonido mono o estéreo, sin necesidades especiales

#### Altavoces

Altavoces genéricos con conexión a la tarjeta de sonido y de resolución media o superior.

## 17. Recursos tecnológicos, Instalaciones, Equipo y asistencia a usuarios

Detalle los recursos tecnológicos (plataforma de formación) con los que cuenta y/o los que tendrá disponible durante la impartición. Se-ale su domicilio completo.  
Si el alumno tiene a disposición aulas para realizar la acción formativa, detalle las instalaciones y el equipamiento con el que cuenta. Se-ale sus domicilios completos.  
Si al alumno se le facilitará ordenador y conexión a internet para realizar la acción formativa desde su domicilio o lugar de su preferencia, detalle las características del mismo.  
Detalle las características del centro de asistencia a usuarios. Se-ale su domicilio completo.

PROEMCA C/ Duggi nº10, S.C. de Tenerife

### RECURSOS HUMANOS

1 Tutor Plataforma-RAQUEL HERNÁNDEZ. Seguimiento/evolución del alumno durante el curso.

Genéricos: Téc. Informática de Sistemas.

Específicos: Administrador Moodle. Microsoft Specialist, docente informático presencial/on-line desde 2005.  
Coordinadora departamento teleformación de ICADEPRO con más de 5.000 h. de experiencia.

1 Técnico - ÁLVARO RODRÍGUEZ Supervisa el funcionamiento del sistema y ofrece al usuario soporte técnico de la aplicación.

Genéricos: Téc. Informática de Gestión.

Específicos: Microsoft Specialist. Docente informática desde 2009. Director Operaciones en ICADEPRO, experiencia en apoyo técnico con más de 8000 horas.

### RECURSOS TECNOLÓGICOS

La plataforma de formación es una aplicación Web desarrollada empleando la tecnología ASP de Microsoft, soporta el modelo de datos AICC/SCORM. Se adapta al alumno y a la metodología formativa cumpliendo con UNE-ISO/IEC 20000-1:2011:

Altamente personalizable en aspecto y funcionalidades.

Acceso de 5.000 usuario a la vez.

Responsable plataforma: PROEMCA C/ Duggi nº10, S.C. de Tenerife

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

Domicilio del desarrollador entorno formativo: Avanzo Learning Progress, S.A., C/ Juan Bravo 46-48, 28006 Madrid, CIF A81944720

#### AULAS A DISPOSICIÓN DE LOS ALUMNOS

Aula de Gestión: 38.1202.02.02

Mesas (17 alumnos), Sillas (17 alumnos), 1 Mesa docente, 1 Silla docente, 17 Ordenadores (uno docente) con Paquete Microsoft Office 2007, cañón, impresora laser, Rotafolios o papelógrafo(1), Pizarra(1) Borradores(1)

#### CENTRO DE ASISTENCIA A USUARIOS

Dará apoyo a los alumnos de la siguiente forma:

**Síncrona:** dispone de atención telefónica 9:00 a 16:00. El tutor asiste telefónicamente a los/as alumnos/as que no han podido resolver sus dudas vía e-mail.

**Asíncrona:** mediante correo electrónico. Tiempo de inferior a 24 horas, salvo fines de semana 48 horas. Se utilizarán los foros para las comunicaciones de grupo, y la mensajería interna para individuales).

Además contamos con el apoyo de la entidad OBJETIVO MERCADO, que posee un centro en Canarias de recursos tecnológicos, instalaciones, equipos y asistencia a usuarios para toda la Comunidad, para dar soporte a formación on-line del presente plan. Posee acuerdos de colaboración con las empresas más importante del sector de la teleformación en España y con una experiencia de más de cuatro años en el sector. OBJETIVO MERCADO B-38.820.783C/ Pintor Rivera nº21, planta 138006 Santa Cruz de Tenerife. OTROS SERVICIOS N.C.O.P. (Servicios Empresariales)

### 18. Servicios de apoyo

Indique qué otros servicios puede utilizar el participante en el centro donde se desarrolla la acción formativa de teleformación, detallando los medios con los que cuenta para uso de los participantes.

Describa ampliamente los servicios de apoyo indicados, especificando el domicilio de los que se encuentra en Canarias.

- Biblioteca
- Videoteca
- Salas de Estudio
- Sala de práctica
- Otros servicios

PROEMCA C/ DUGGI Nº10 S.C. DE TENERIFE

Servicio de Asesoramiento Técnico: técnico de asistencia a usuarios en el manejo de la plataforma de teleformación.

Departamento Pedagógico: personal del área de pedagogía, psicopedagogía y relaciones laborales, cuyas funciones son:

Ofrecer apoyo pedagógico al alumnado del centro: información y orientación que facilite el desarrollo de la acción formativa.

Ofrecer asesoramiento pedagógico al docente: información y orientación sobre cuestiones metodológicas y buen uso de las herramientas online (en caso necesario).

Seguimiento y apoyo durante el desarrollo de la acción formativa.

Servicios de la Agencia de colocación: da asesoramiento para redacción de CVs, ofertas de trabajo, diseño de itinerarios formativos...

Biblioteca: espacio educativo, que alberga una colección organizada y centralizada de todos aquellos materiales informativos que necesita el centro para desarrollar su tarea docente, y al que pueden acceder los alumnos.

Sala de estudio: en centro pone a disposición de los alumnos un aula habilitada ello. Podrá utilizarse dicho servicio, previa identificación y anotación del DNI por parte del personal a cargo de la sala.

Sala de prácticas: en centro pone a disposición de los alumnos un aula habilitada con ordenadores. Podrá utilizarse dicho servicio, previa identificación y anotación del DNI por parte del personal a cargo de la sala.

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

Además contamos con el apoyo de la entidad OBJETIVO MERCADO, que cuenta con un centro e Canarias de recursos tecnológicos, instalaciones, equipos y asistencia a usuarios para toda la Comunidad, para dar soporte a la formación on-line y mixta del presente plan. OBJETIVO MERCADO cuenta con acuerdos colaboración con la empresas más importante del sector de la teleformación en España y con una experiencia de más de cuatro años en el sector.

#### OBJETIVO MERCADO

B-38.820.783

C/ Pintor Rivera nº21, planta 1

38006 Santa Cruz de Tenerife

### 19. Centros de realización

- Centro de trabajo
- Domicilio particular
- Centros de coordinación de la acción
- Otros

#### 19.2. Instalaciones con las que cuentan los centros

Describe las instalaciones con las que cuentan para el desarrollo de la acción formativa.

##### 1. DATOS DEL CENTRO

Lugar de impartición: PROEMCA S.L.U.

AVDA. DE INGENIEROS Nº2

38320-SAN CRISTOBAL DE LA LAGUNA

**Código de Centro.38.0032.02**

Este centro situado en el corazón de La Cuesta, tiene próxima un aparada de fin de tranvía, guagua y taxi. Posee unas una dimensión de de 800 m2, y consta de las siguientes dependencias:

§ Recepción habilitada con mostrador, fax, teléfono y fotocopiadora multifunción.

§ Dos almacenes para el material y los medios audiovisuales.

§ Un despacho de administración, con tres puestos de trabajo, todos ellos equipados con ordenador, acceso a Internet y pantalla plana. En esta dependencia se encuentra situado el servidor general de la empresa.

§ Un despacho de Coordinación, con dos puestos de trabajo todos ellos equipados con ordenador, acceso a Internet y pantalla plana.

§ Taquillas

§ Zonas comunes de descanso

Líneas de transporte público de acceso al centro:

Línea 2 del tranvía: fin de línea en la Cuesta

Línea 014 de bus con parada en la carretera de La Cuesta

##### 2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL AULA

La descripción general de las aulas es la siguiente:

#### **Aula de Gestión 38.1202.02.02**

**50 m<sup>2</sup>**. La capacidad máxima es de 17 alumnos. El aual está dotada con todas las infraestructuras y mobiliario de un aula teórica, además de una pizarra tipo Velede y tablón de anuncios, renovación de aire, aire acondicionado y luz natural.

Equipos didácticos: 1 Cañon 2000 ANSI lumen y 1 Rotafolios.

16 sillas alumnos Ergonómica con respaldo

Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

9 mesas alumnos de 1.80 x 80

Medios Didácticos

1 Rotafolios

1 Televisor

1 video

1 Equipo de altavoces

1 Reproductor de DVD

1 Pantalla de proyección

1 Proyector de diapositivas

1 Cámara de video

El centro también cuenta con:

- Agencia de colocación

Las instalaciones con las que cuentan para el desarrollo de la acción formativa están acreditadas con las siguientes certificaciones:

Símbolo Internacional de Accesibilidad, concedido por la Consejería de Bienestar Social, Juventud y Vivienda, el 28/01/2011 Con nº de registro LOR2011CA00087,

UNE EN ISO 14000:2004, con el organismo certificador LLOYD'S REGISTER QUALITY ASSURANCE LTD., con el nº de Referencia NSG 6009420/A.

UNE EN ISO 9001:2008, con el organismo certificador LLOYD'S REGISTER QUALITY ASSURANCE LTD., con el nº de Referencia NSG 606298.

EFQM +400 certificado nº CEG/17/RE04/34-A

## 20. Servidor con capacidad de accesos múltiples simultáneos

- Hasta 20 participantes
- Hasta 200 participantes
- Hasta 1000 participantes
- Otros: 5000

### 20.1. Tipo de servidor

Describe el tipo de servidor con el que cuentan, así como sus características:

Granja de Servidores dedicados.

Con maquinas de la familia IBM x3x50 (3250, 3550, 3650, etc.)

Disco 2 x 500 GB Hot-swap S-ATA RAID

Memoria 2 GB SDRAM (Chipkill)

Fuente de alimentación Redundante

Tasa de transferencia de hasta 500 Gb mensuales.

Ancho de banda de transferencia: hasta 10 Mbps bajo demanda (dimensionable)

Copia de seguridad mensual (hasta 10 GB)

## 21. Acceso a consultas

### 21.1. Flexibilidad horaria de acceso a consultas

- Consultas mediante conexiones periódicas fijas y predeterminadas con antelación.
- Acceso concertado (p.e: semanalmente)
- Acceso ilimitado (en cualquier momento dentro de un plazo determinado p.e.: 1 mes)





Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

- Total flexibilidad (en cualquier momento dentro del plazo de convocatoria)
- Otros

El alumnado podrá hacer sus consultas desde la oficina o desde casa. Esta interacción entre el tutor/formador y el alumnado tiene un objetivo principal, establecer una vía de comunicación que permita un correcto seguimiento y control sobre el aprendizaje de los participantes de la acción formativa.

Comunicación por correo postal: es aquella la tutoría que se realiza a través del contacto personal que se establece por carta entre el alumno y el tutor. Es considerado uno de los medios más importantes porque está al alcance de casi todo el mundo, no implica técnicas o tecnologías sofisticadas, permite una atención individualizada y personal.

Con esta tutoría el alumno puede recibir información acerca de los resultados que ha obtenido; respuestas aclaratorias de sus dudas y dificultades técnicas registradas en su estudio, orientaciones relacionadas con la forma de estudiar, los contenidos o las fuentes de consulta, lo mismo que sobre aspectos administrativos u organizacionales del programa o sistema de educación a distancia.

Comunicación telefónica: Las tutorías telefónicas, suelen ser utilizadas para resolver dudas o dificultades puntuales que tengan los alumnos. Estas dudas o dificultades pueden referirse a aspectos didácticos o de orientación, pero para ser resueltas por este medio no deben ser de una gran magnitud. A veces se utiliza la tutoría telefónica para evaluar una situación o resolver una dificultad de mayor amplitud que haya sido planteada previamente por escrito por el alumno. Esta tutoría la puede solicitar el alumno cuando lo desee y lo requiera pero dentro del horario para este fin establecido por el programa.

Comunicación por Internet: Son las que se realizan a través de las aulas virtuales, y funcionan como tutorías grupales. Pueden utilizarse para exponer un determinado tema o cuestión de especial dificultad mediante una exposición de tipo magistral; pueden adoptar la estructura de un seminario entre los alumnos para la realización de pequeñas in, trabajos colectivos o puestas en común; pueden consistir en la realización de prácticas (de laboratorio, de taller, de conversación entre alumnos en el caso del aprendizaje de idiomas, etc.); pueden serforosde discusión, debate e intercambio

Comunicación por correo electrónico: es de gran versatilidad ya que permite transferir con suma rapidez grandes cantidades de información, que pueden ser manipulada directamente y devuelta al emisor en el mismo formato que éste utilizó

## 21.2. Respuesta a consultas

Indique el tiempo medio estimado de respuesta.

- Síncrona

En las dudas referentes a problemas técnicos o de conexión y/o de manejo de la En las dudas referentes a problemas técnicos o de conexión y/o de manejo de la plataforma el alumno dispone de atención telefónica personalizada de 9:00 a 19:00 de la tarde.

En ocasiones puntuales el tutor asiste telefónicamente a los alumnos con dificultades que no han podido ser resueltas vía e-mail.

Se dispone, de herramientas de comunicación sincrónica que permiten participar en clases/tutorías reales en tiempo real (en directo mediante streaming de video) y en actividades grupales (herramienta colaborativa, foros, chats, escritorio remoto, pizarra virtual), teniendo asimismo la posibilidad de acceder a recursos online de forma asíncrona (e.g una clase/tutoría impartida en directo mediante Streaming de video puede ser grabada para que los alumnos puedan usarla como recurso en diferido, pudiendo verla cuando deseen o dentro de un determinado plazo fijado por el tutor).

- Asíncrona

Principalmente mediante correo electrónico, el tiempo de respuesta a estos correos es siempre inferior a 24 horas, durante los días laborables de la semana, y a 48 horas los fines de semana (sábado y domingo). Asimismo se dispone de foros de consulta y participación en la plataforma.

## 22. Características del entorno formativo

### A. Temario del curso

- Acceso desde la pantalla principal
- Acceso desde cualquier tema:



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

La plataforma de formación cumple con estándares internacionales y genera un sistema de evaluación.

Los contenidos de la acción formativa se irán desarrollando de forma secuencial o escalonada, es decir, se irán activando las unidades didácticas a medida que avanza la misma.

No obstante, el alumnado tendrá acceso a los contenidos de la unidad que se imparte en ese momento y además, a los contenidos de todas las unidades anteriores.

Este software nos permite crear acciones formativas con esta modalidad, de forma muy similar a la de la enseñanza presencial:

Tener una relación con los participantes de la acción formativa.

Obtener información sobre los resultados de las evaluaciones.

Obtener información sobre la participación del alumnado y del profesorado.

Almacenar y acceder a diferentes recursos didácticos: temario, vídeo, glosario, actividades, foro, tutoría,...

Calendario con eventos y notificaciones importantes.

En estos términos, el mecanismo de comunicación principal con los alumnos es el correo electrónico (asíncrono), el tiempo de respuesta a estos correos es siempre inferior a 24 horas, durante los días laborables de la semana, y a 48 horas los fines de semana (sábado y domingo).

Existe también la posibilidad de realizar tutorías en tiempo real mediante la utilización de paneles de discusión de las aulas virtuales (Chats). Asimismo existe la posibilidad de emitir en directo y en diferido las tutorías y clases de apoyo (mediante streaming de vídeo, utilización de escritorios compartidos y pizarras virtuales), creándose por tanto un entorno formativo muy similar al de las clases presenciales. El tutor en estos casos dinamiza el grupo para sacar partido a la capacidad de generar actividades grupales que tiene el aula virtual como entorno de trabajo colaborativo.

En casos puntuales, aunque no raros, el tutor contacta telefónicamente a los alumnos para darles soporte extra en aquellos casos en los que por los medios anteriores no hayan podido solventar alguna duda.

**Acceso según orden secuencial:**

Acceso según orden secuencial:

Los contenidos de la acción formativa se irán desarrollando de forma secuencial o escalonada, es decir, se irán activando las unidades a medida que avanza la acción formativa.

No obstante, el alumnado tendrá acceso a los contenidos de la unidad que se imparte en ese momento y además, a los contenidos de todas las unidades anteriores.

Nota: el docente establecerá fechas de cierre y entrega de tareas o cuestionarios de evaluación, con el objetivo de ir marcando el ritmo de desarrollo de la acción formativa

- El temario incluye ejercicios
- El temario incluye casos prácticos
- Otros

El tutor dispone de ejercicios de apoyo y refuerzo a los de la propia plataforma para aquellos alumnos que lo demanden. Asimismo en esta acción formativa existe como mínimo un ejercicio práctico obligatorio planteado por el tutor sobre un caso real o que simule la realidad en la que los alumnos deben aplicar, mediante una serie de pasos, los conocimientos aprendidos a lo largo de toda la acción para poder superarlo con éxito.

A su vez, cada una de las Unidades Didácticas presenta diferentes recursos o materiales formativos:

Contenidos teóricos de la unidad: el Temario, desarrolla de forma detallada los contenidos, para facilitarnos su comprensión y adquisición. Los contenidos teóricos se ofrecen en formato PDF, facilitando el acceso y estudio de los mismos, pues ofrece la posibilidad de ser impresos, lo cual fomenta su lectura y, ofrece una mayor flexibilidad a la hora de estudiar. Los Vídeos son un recurso audiovisual muy eficaz para la adquisición e interiorización de los contenidos, ya que en ellos se incluyen los contenidos e ideas más relevantes de la unidad o módulo.

Artículos y enlaces de interés: toda información y documentación adicional y de apoyo a los contenidos, como son las lecturas y anexos.

Foro de aprendizaje: este espacio se destina para la realización de consultas y debates, así como actividades y ejercicios complementarios (carácter optativo) de cada unidad didáctica.



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

Evaluación de la unidad (ejercicios y/o cuestionarios de evaluación del alumno): tanto actividades de elaboración propia a entregar, como cuestionarios de autoevaluación. El feedback adquiere gran importancia, pues podemos acceder en todo momento a los resultados de cada ítem de nuestras autoevaluaciones y, de esta forma, aprender de nuestros errores.

Además el alumnado dispondrá de:

Guía del alumno/Documentación de bienvenida: en donde el alumno encontrará los pasos para el uso de la plataforma y su accesibilidad.

Sistema de evaluación con cronograma.

Textos de apoyo: artículos, notas de prensa, lecturas comprensivas....

Ejercicios prácticos que apoyen la acción, por cada una de las unidades de la acción formativa.

Casos prácticos sobre situaciones reales, para el módulo transversal de Orientación Laboral.

Normativa y funcionamiento que el alumno debe seguir para superar la acción formativa.

### **B. Apoyo al contenido del curso**

- Vídeos
- Artículos relacionados con la acción formativa
- Imágenes
- Documentos sonoros
- Animaciones
- Otros

Correo electrónico

### **C. Idioma del curso**

- Castellano
- Gallego
- Catalán
- Euskera
- Otros

### **D. Accesos desde el entorno**

- Foros de debate
- Chat
- Preguntas más frecuentes
- Videoconferencias
- Páginas recomendadas
- Textos de apoyo, publicaciones
- Otros

#### 1.1. Página de inicio

La página de inicio de AVANZO LMS contiene por defecto contiene los siguientes elementos:

Un mensaje de bienvenida personalizado

Un enlace para cambiar su contraseña.

La caja de acceso rápido a su correo.

Su agenda.

La caja de titulares de noticias públicas.

#### 1.2. Mis Cursos

En esta sección, puede consultar los detalles de seguimiento globales de cada uno de los cursos en los que está inscrito y puede lanzar cualquiera de ellos pulsando sobre su título.



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

Explicación del el significado de cada una de las columnas de la tabla Mis Cursos:

Fecha de inicio

Fecha Último Acceso

Fecha del último lanzamiento de unidad dentro del curso.

Tiempo empleado tiempo total empleado en la realización del curso (es la suma de los tiempos empleados en cada una de las unidades que componen el curso)

Avance: Para las unidades de contenido, el 'Avance' representa el porcentaje de unidad que ya ha realizado, mientras que para las unidades de evaluación, el 'Avance' es la puntuación que ha obtenido en la última que realizó. En las evaluaciones se muestra también entre paréntesis la mayor puntuación obtenida en los sucesivos intentos.

Avance global en el curso.

Inicio de vigencia

Fin de vigencia

Número total de veces que ha lanzado la unidad.

Encuesta: de satisfacción asociada

Recursos: Algunos cursos tienen material complementario asociado (sitios web o documentos) a los que podrá acceder pulsando el botón [Recursos]

Acceso a descargas

#### 1.3. Los chats de los cursos

El sistema de chats de AVANZO LMS proporciona un medio de comunicación síncrona entre los usuarios inscritos en un mismo curso. Para acceder al Chat basta con pulsar el botón [Chat] en la página del curso. Se abrirá una ventana emergente con tres paneles.

#### 1.4. Los foros públicos y los foros de los cursos

Los foros de AVANZO LMS son espacios de discusión públicos en los que los usuarios de la plataforma pueden participar para compartir ideas y puntos de vista con los demás usuarios del sistema. Los foros pueden ser públicos y ser accesibles a todos los usuarios de la plataforma sin restricción, o estar asociados a cursos y ser accesibles sólo a los usuarios inscritos en ellos.

#### 1.5. Las noticias públicas y las noticias de los cursos

Hay dos contextos en los que el usuario puede encontrarse noticias: en un curso, cuando la noticia está relacionada con ese curso en particular, y en la página de inicio de la plataforma, cuando la noticia es general y está dirigida a todos los usuarios del sistema.

#### 1.6. Las encuestas de los cursos

Si se ha asociado una encuesta a un curso, aparecerá en la página de dicho curso un botón [Encuesta]. Pulsando sobre él se accederá al formulario Web que contiene las preguntas de la encuesta

#### 1.7. La página de soporte

La página de soporte de AVANZO LMS puede variar de unas instalaciones a otras. Por defecto contiene dos apartados. En el primer apartado se incluyen enlaces para descargar el software que el usuario pueda necesitar para ejecutar correctamente sus cursos. En el segundo apartado se presentan algunas de las características técnicas del equipo donde el usuario está ejecutando la plataforma.

#### 1.8. La Ayuda

La página de ayuda de AVANZO LMS contiene la documentación detallada de la plataforma en documentos descargables.

## 23. Desarrollo del entorno formativo

### A. Entidad que desarrolla el entorno

Entidad desarrolladora del entorno



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

Avanzo Learning Progress, S.A. t  
domicilio social en C/ Juan Bravo 46-48, 28006 Madrid  
CIF A81944720.  
info@avanzo.com  
+34 91 436 02 70

## B. Diseño del entorno

- Específico para esta acción
- Disponible en el mercado (estándar)
- Adaptado a las necesidades del cliente

Esta plataforma aunque disponible en el mercado, permite adaptarse a las necesidades del cliente, personalizando el entorno a la imagen publicitaria que por normativa se debe aplicar (logos, leyendas...), así como al tema de los sistemas de evaluación. Además el servicio de tutorías y dinamización que ofrece es:

Administración de la Plataforma: Gestión de alumnos, incluidas altas, bajas, modificación de datos...

Envío de e-mails a los alumnos: bienvenida, seguimiento, etc.

Emisión de Informes: Informe de incidencias; colectivo e individual, Informe de avances; colectivo e individual

Encuestas de Satisfacción

Envío de Encuesta de Satisfacción de los usuarios

Recogida y Proceso de datos para Envío de Resultados finales al Responsable del Proyecto (persona designada por el Cliente)

Fomentar el acceso a actividades complementarias. Envío de ejercicios y pruebas de nivel que permitirán conocer el nivel de idioma y seguimiento del curso del alumno.

La plataforma de formación online cuenta con los siguientes recursos:

FORO: el foro está considerado como una de las mejores herramientas para intercambiar información. Es un instrumento facilitador del intercambio directo de ideas, dudas y resolución de las mismas.

GLOSARIO: se utiliza para facilitar el acceso a una serie de definiciones de los principales términos utilizados en el curso, tema, etc.

CALENDARIO: recoge fechas y avisos importantes.

PAUTAS PARA EL ÓPTIMO DESARROLLO DEL CURSO: este documento ofrece una serie de orientaciones para el alumnado acerca de los recursos disponibles en la plataforma, así como el orden de ubicación en la misma y sus funcionalidades.

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: división de los contenidos del curso por unidades didácticas o temas.

A su vez, cada una de las Unidades Didácticas presenta diferentes recursos o materiales formativos:

CONTENIDOS TEÓRICOS DE LA UNIDAD: el Temario, desarrolla de forma detallada los contenidos, para facilitar al alumnado su comprensión y adquisición. Los Vídeos son un recurso audiovisual muy eficaz para la adquisición e interiorización de los contenidos, ya que en ellos se incluyen los contenidos e ideas más relevantes de la unidad.

ARTÍCULOS Y ENLACES DE INTERÉS: toda información y documentación adicional y de apoyo a los contenidos, como son las lecturas y anexos.

FORO DE APRENDIZAJE: este espacio se destina para la realización de consultas y debates, así como actividades y ejercicios complementarios (carácter optativo) de cada unidad didáctica.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD (ejercicios y/o cuestionarios de evaluación del alumno): tanto actividades de elaboración propia a entregar, como cuestionarios de autoevaluación.



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING	

Otros

Cumple con las especificaciones SCORM (Shareable Content Object Request Model) tanto en el Modelo de Agregación de Contenidos, como en el Entorno de Ejecución y en las normas de Seguimiento y navegación. Soporta la especificación IMS QTI (Question and Test Interoperability) por tanto también es compatible con las especificaciones: Alliance of Remote Instructional Authoring & Distribución Networks for Europe (ARIADNE), Aviación Industry CBT (Computer-Based Training) Committee (AICC), IEEE Learning Technology Standards Committee (LTSC), IMS Global Learning Consortium, Inc (IMS Global) AeroSpace and Defense Industries Association of Europe (ASD) Technical Publication Specification Maintenance Group (TPSMG)

AVANZO LMS es un sistema de gestión de la formación (LMS: Learning Management System) que permite la realización, seguimiento y administración de iniciativas de teleformación basadas en cursos e-learning. La característica principal de este sistema es su sencillez de uso. Es importante señalar, así mismo, que la plataforma es altamente personalizable no sólo en aspecto sino también en funcionalidades.

AVANZO LMS permite el tratamiento masivo de volúmenes de datos considerables ya que permite registrar usuarios, inscripciones y otros elementos básicos mediante ficheros. De la misma manera, es posible generar informes detallados para todos los usuarios del sistema en formato CSV, para su explotación con aplicaciones externas como Microsoft Excel o Microsoft Access.

AVANZO LMS da servicio a cuatro tipos de usuarios: Alumnos, Tutores, Gestores y Administradores. Las funcionalidades ofrecidas a cada tipo de usuario son diferentes y adecuadas al papel particular del mismo en el proceso formativo. Las funcionalidades a las que tiene acceso cada tipo de usuario están definidas en un fichero de configuración que puede modificarse a conveniencia.

Por último, además se cumple con los requisitos de plataforma y de contenido virtual de aprendizaje para las acciones formativas no dirigidas a certificados de profesionalidad, según las características establecidas en el Anexo VIII de la convocatoria.

**C. La Plataforma de teleformación ¿Cumple con algunos de los estándares internacionales de e-learning?**

- No  
 Si

**24. Evaluación del propio sistema**

**¿El propio sistema genera un sistema de evaluación?**

- No  
 Si
- Cronograma de actividades por alumno
  - Resultado de ejercicios
  - Número de consultas
  - Participación foros
  - Evaluación de los participantes al finalizar el curso
  - Emisión de diplomas
  - Otros

Describe el sistema de evaluación, y los elementos del mismo que ha indicado. (Máximo aprox. 600 palabras)

Los alumnos inscritos en la acción formativa, deberán evaluarse en cada una de las unidades didácticas que lo componen, en la forma y manera que se detallan, con el fin de poder obtener la certificación correspondiente.

Así, el alumno, deberá incorporarse a la UF1 realizando las unidades correspondientes en el orden que irán activándose en la plataforma LMS habilitada a tal efecto. Una vez trabajados por parte del alumno los contenidos de cada unidad, deberá realizar una prueba de evaluación de conocimientos (prueba que se realizará on-line, a través de la plataforma LMS), y que será incorporada y activada para su realización, una vez se establezca la fecha de finalización de cada unidad, fecha que le será comunicada por escrito a cada alumno y vía correo electrónico, con anterioridad a la realización de la misma.



Solicitante: <b>PROYECTOS EMPRESARIALES CANARIOS S.L. (PROEMCA) - B38868774</b>	Código: <b>FC-2017.2/09/1640004</b>
Sector: <b>Sectorial - Servicios Empresariales</b>	Fecha solicitud: <b>20/09/2017</b>
A.F. nº 4: <b>TÉCNICAS DE VENTA E INTRODUCCIÓN AL MARKETING</b>	

Una vez finalizado la UF1 y habiendo realizado cada una de las pruebas de evaluación de conocimientos correspondiente, el alumno podrá incorporarse a la UF2 con la misma dinámica y metodología descritas anteriormente para el Primer Recorrido.

Además de contar con los resultados de evaluación de la plataforma, y los trabajos/actividades, la evaluación del alumnos se combinará con otros aspectos como el tiempo de acceso a un curso de un participante, el número de intervenciones, comparativas con respecto al progreso individual y de grupo, participación en foros...

Aquel alumno que superara con éxito cada una de las prueba de evaluación de conocimientos que configuran la acción formativa y realice al menos el 75% de avance en la plataforma, obtendrá la calificación de apto para la parte del curso en modalidad on-line.

Por otro lado el sistema cuenta con:

**Cronograma de actividades:** donde se muestra el itineraio formativo de la accion formativa, los trabajos y fechas en los que se deben entregar y las fechas de las pruebas.

**Acceso FOROS:** el foro será utilizado como elemento fundamental de contextualización en situaciones reales o ficticias íntimamente relacionadas con la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos.

**Acceso a CUESTIONARIOS:** pruebas que el docente introduce para que el alumno se pueda autoevaluar. Ofrece rapidez y facilidad al alumnado en el seguimiento de su progreso en el proceso de aprendizaje. Los tipos de cuestionarios que se suelen utilizar son:

- Opción Múltiple.
- Verdadero / Falso.

**Acceso a TAREAS:** actividades marcadas por el docente al alumnado. El alumnado, una vez elaboradas las actividades, las remite al docente para su corrección. El docente puede establecer fechas límite de entrega (según duración de cada unidad didáctica) y puntuación máxima en dichas tareas.

**FAQ'S:** El alumnado tiene acceso una recopilación de las preguntas más frecuentemente formuladas.