



**DEPARTAMENTO DE
COMERCIO Y MARKETING**

Programación Didáctica de Módulo

**DINAMIZACION DEL PUNTO DE
VENTA**

1ºGMTAC

CURSO 2022-2023

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO

- 1.0. Contextualización de la programación al entorno de aprendizaje.
- 1.1. Datos de Identificación del Ciclo con sus cualificaciones y unidades de competencia según el catálogo nacional de cualificaciones profesionales
- 1.2. Competencia general del ciclo
- 1.3. Contribución del área al desarrollo del Proyecto Educativo del Centro y la PGA.
- 1.4. Seguimiento, revisión y ajuste de las programaciones.
- 1.5. Actuaciones previstas según lo contemplado en la memoria curso anterior.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

- 2.0. Escenarios a tener en cuenta para el presente curso escolar.
- 2.1. Objetivos Generales del Ciclo vinculados al Módulo
- 2.2. Competencias profesionales, personales y sociales vinculadas al Módulo
- 2.3. Resultados del aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.
- 2.4. Metodología
 - * Metodología del módulo.
 - * Agrupamientos
 - * Espacios
 - * Uso de las TICs
- 2.5. Estrategias para desarrollar la educación en valores y la interdisciplinariedad.
- 2.6. Atención a la diversidad.
- 2.7. Evaluación.
- 2.8. Planes de recuperación.

3. SECUENCIA DE UNIDADES DE TRABAJO (U.T.)

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO

1.0 Contextualización de la programación al entorno de aprendizaje.

Esta programación didáctica está contextualizada en el IES MESA Y LÓPEZ, ubicado a la altura del Barrio de Guanarteme en la parte alta de la Avenida Mesa y López, 69 en Las Palmas de G.C, pudiéndose también acceder por la calle peatonal Jesús Ferrer Jimeno. Tras la reestructuración y obras realizadas en el verano del año 2017, el centro alberga los grupos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), de Bachillerato en sus dos modalidades de Ciencias y Humanidades y Ciencias Sociales, Formación Profesional Básica de la familia profesional de Comercio y Marketing y Ciclos Formativos de grado superior y medio de las familias profesionales de Administración y Gestión y de Comercio y Marketing en modalidad presencial y semipresencial.

El entorno sociocultural y económico de la zona es de nivel medio, ahora bien, la procedencia de la mayor parte del alumnado de Formación Profesional es de distintos lugares de la isla de Gran Canaria con residencia en zonas cercanas al centro, lo que significa que el alumnado pertenece a diferentes enclaves sociales y situaciones socioeconómicas diversas.

Respecto a la actividad económica en el municipio de Las Palmas de G.C. se destaca que existen diversas zonas industriales próximas al centro, donde se ubican empresas del sector industrial y comercial como el Polígono Industrial Miller Bajo, Polígono Industrial Las Torres-Lomo Blanco, Polígono Industrial Escaleritas, Polígono Industrial Barranco Seco, Polígono Industrial El Sebadal, Polígono Industrial Área Portuaria, etc., diversos Centros Comerciales de gran superficie con diversidad de comercios y empresas de restauración y entretenimiento, así como, empresas del sector turístico y centros sanitarios públicos y privados, todas ellas constituye el eje laboral del municipio y suponen un aumento de la demanda de titulados en Formación Profesional de distintas especialidades.

El centro cuenta con la infraestructura y los recursos educativos necesarios para la puesta en práctica de las distintas especialidades formativas que imparte. Todas las aulas están dotadas con ordenador para el profesorado, con conexión a Internet y proyector, además dispone de dos aulas de informática, una de ellas, aula Medusa, así como de aulas específicas (talleres, laboratorios) tanto para la ESO como para Bachillerato. La Formación Profesional dispone de sus propias aulas situadas en la tercera planta y equipadas con material específico y adaptado a las enseñanzas que se imparten orientadas al mundo laboral, tal es el caso de equipos informáticos para el uso del alumnado.

Respecto al uso de recursos TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación) las nuevas tecnologías, Internet y las redes sociales se han convertido en un elemento indispensable en la sociedad, especialmente entre la gente joven. Estas herramientas constituyen una plataforma estupenda y un altavoz importante para la educación en valores y, a su vez, sirve para que toda la comunidad educativa

conozca y se beneficie del trabajo que se realiza en clase, algo que antiguamente sólo ocurría de puertas para adentro del aula.

Estos medios, además, son de especial relevancia para las familias, que gracias a la inmediatez de las redes sociales se pueden sentir informados de una manera más rápida, interactiva y eficiente de todas las noticias, eventos y convocatorias que surgen en nuestro centro.

El IES MESA Y LÓPEZ sigue creciendo en el uso educativo de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter que no sólo han pasado a ser parte a toda la comunidad educativa, sino que se han constituido en un lugar de encuentro y formación para todas las personas e instituciones que de alguna manera participan del proyecto educativo.

El centro está en una buena situación con respecto a las instalaciones y el equipamiento TIC además con conexiones a Internet estables. Se potencia igualmente el uso de la plataforma Google Classroom de la plataforma Moodle de Formación Profesional: "Campus de las Enseñanzas Profesionales". Igualmente se dispone de una página web que cumple su cometido actual: almacenar la información oficial, criterios de calificación, horarios, formularios, y demás documentación relacionada.

La Comunidad Educativa del centro está formada por aproximadamente 1.200 alumnos y alumnas y sus familias, distribuidos en 46 grupos siendo un centro del Tipo

B. El Claustro lo componen aproximadamente 93 profesores y profesoras que se mantiene bastante estable. Es un profesorado dinámico, participativo que lleva a cabo numerosos proyectos, y que mantiene una buena interacción.

En cuanto al alumnado de **Ciclos de Formación Profesional**, en el caso de la Formación Profesional Básica el alumnado tiene unas características que le son propias, obteniéndose los resultados de su trabajo y del docente, especialmente en el segundo curso. El resto de alumnado de la Formación Profesional cuenta con edades comprendidas entre los 16 y 20 años y buscan un futuro profesional, por lo que el interés y dedicación es bastante bueno, a tenor de los resultados académicos, especialmente en los segundos cursos. En el caso de Formación Profesional en la modalidad semipresencial, el rango de edad es más amplio, siendo por lo general alumnado que había abandonado sus estudios para incorporarse al mundo laboral y que ahora ha tomado conciencia de la necesidad de adquirir esta titulación para aumentar sus expectativas laborales. Numerosos/as alumnos/as del centro han sido premios extraordinarios de Formación Profesional.

El Personal de Administración y Servicios del centro se rige por la Ley de Función Pública y por el Convenio Colectivo de dicho personal, asciende actualmente a un total de 7 personas, 3 miembros pertenecientes a la categoría de auxiliar

administrativo, de las que uno comparte centro con el CEIP Galicia y 4 trabajadores pertenecientes a la categoría de personal subalterno, dos están en turno de mañana, uno en turno de tarde y otro en turno de noche.

Por su dependencia orgánica de la Consejería de Educación y Universidades, el centro mantiene una estrecha relación con los diferentes centros directivos: Dirección General de Centros e Infraestructura Educativa, Dirección General de Personal, Dirección General de Formación Profesional, Secretaría General Técnica de Educación, y especialmente con la Inspección Educativa. Además, el centro mantiene o ha mantenido relaciones de colaboración con diferentes instituciones y organismos: Fundación ADSIS, Ayuntamiento, Asociación "*Guanarteme se mueve*", la Cruz Blanca, ...con estas relaciones se promueve la participación y la colaboración buscando que la comunicación y el intercambio de información sea fluido y frecuente.

PROYECTOS EDUCATIVOS DEL CENTRO

AICLE: el centro viene hace años apostando por el bilingüismo. Las siglas AICLE hacen referencia a la enseñanza de un determinado número de materias a través de una lengua extranjera con el objetivo doble de aprendizaje de contenidos y el aprendizaje simultáneo de una lengua extranjera, en nuestro caso en inglés. Actualmente se imparte en los cuatro niveles de la ESO y se ha optado por no tener grupos AICLE y no AICLE, habiendo grupos heterogéneos y desdobles en los momentos de impartir las materias en inglés.

Proyecto ERASMUS PLUS: el centro tiene una tradición de más de 17 años en la participación en programas europeos tales como Leonardo (2003), Asociación multilateral COMENIUS (2007), Ayudante lingüístico COMENIUS (2008) y nuevamente se participó en la Asociación Multilateral Comenius (2013). En 2013, se consiguió la Carta Erasmus de Educación Superior (ECHE), lo que nos permitió empezar a mandar alumnado de ciclos superiores de Formación Profesional a realizar la Formación en Centros de Trabajo (FCT) en países de la Unión Europea, a través del Programa **Erasmus+ KA131**.

Dentro del Programa Erasmus+, el Instituto ha sido centro coordinador del proyecto **Erasmus Plus KA229** (proyectos europeos de aprendizaje y movilidad dirigidos a profesorado y alumnado de primaria y secundaria), y actualmente se está trabajando en la solicitud de una nueva acreditación.

El centro dispone de un Departamento Internacional conformado actualmente por un miembro de la dirección del centro, el coordinador Erasmus+, y la Jefa del Departamento de Inglés.

Otros proyectos del centro

- ESTALMAT
- Nuevas estrategias metodológicas para la mejora del rendimiento en atención a la diversidad.
- Arte a la vista.
- Prevención de riesgos laborales de la comunidad educativa.
- Dinamización de la biblioteca y plan lector.
- Desarrollo del plan de comunicación lingüística, dinamización de la biblioteca, radio y plan lector.
- Referente acoso escolar y familias.
- Implementación metodologías activas en 1º de la ESO: Innovación metodológica-Tablets (matemáticas).
- Implementación metodologías activas en 1º de la ESO: Innovación metodológica-Tablets (Lengua castellana y literatura).
- Recreos educativos por la inclusión y la resolución dialogada de conflictos, aulas de convivencia de recreos, GESTIONANDO EMOCIONES.

Participamos y dinamizamos las siguientes Redes educativas:

Red INNOVAS:

- Igualdad y Educación afectivo-sexual.
- Comunicación lingüística, Bibliotecas y Radio escolares.
- Familia y participación educativa.
- Arte y acción cultural.

Redes de coordinación de enseñanzas profesionales:

- Innovación.
- Emprendimiento.

En cuanto a la atención a la diversidad del alumnado, el centro cuenta con los criterios y procedimientos para atender al alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE), que en función de su evolución se llevarán a cabo las

adaptaciones que sean precisas, en coordinación con el Departamento de Orientación, de manera que se consiga la flexibilidad necesaria a la que se hará mención a lo largo de esta programación.

El centro además, cuenta con un **Plan de acogida del alumnado extranjero**.

1.1. Datos de Identificación del Ciclo con sus cualificaciones y unidades de competencia según el catálogo nacional de cualificaciones profesionales

El Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y en él se fijan sus enseñanzas mínimas.

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Actividades Comerciales. Nivel: Formación Profesional de Grado Medio. Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing.

Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3 b. Entre las enseñanzas contempladas en el Real Decreto figura el módulo denominado **DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA**, objeto de esta programación.

El perfil profesional del título de Técnico en Actividades Comerciales queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

La relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título de Técnico en Actividades Comerciales son:

1. Cualificación profesional completa:

Actividades de Venta COM085_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero) que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

UC0240_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.

UC0241_2: Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor /Usuario.

2. Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Actividades de gestión del pequeño comercio. COM631_2 (Real Decreto 889/2011, de 24 de junio):

UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad. UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.

UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

b) Organización y gestión de almacenes COM318_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

c) Gestión comercial inmobiliaria COM650_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

UC0811_2: Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.

1.2. Competencia general del ciclo

La **competencia general** de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

1.3. CONTRIBUCIÓN DEL CICLO AL DESARROLLO DEL PROYECTO EDUCATIVO DEL CENTRO Y A LA PGA

- A través de las redes de innovación y emprendimiento y distintos módulos que se imparten en el ciclo, se contribuirá al alcance de los Ejes de Actuación y objetivos estratégicos fijados por la CEUCD, para el curso 2022/2023, y explicitados en la PGA de nuestro centro educativo. En el departamento se priorizan los siguientes ejes:

ENTORNOS EDUCATIVOS SOSTENIBLES. CALIDAD, EQUIDAD E INCLUSION.

Mediante el desarrollo de las competencias y los aprendizajes, se educará haciendo partícipe al alumnado en la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

- Desarrollar estilos de vida respetuosos con el medio ambiente, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural.
- Favorecer la participación equilibrada de las mujeres y hombres en los trabajos grupales, alternando los cargos. Se trabajará de manera transversal el principio

de igualdad de mujeres y hombres, planteando la no discriminación entre alumnas y alumnos y la necesidad de impulsar una formación proactiva hacia la igualdad de unas u otros, posibilitando el avance hacia una igualdad laboral real de mujeres y hombres en su proceso formativo, su profesión y su entorno laboral.

- Potenciar normas y actitudes para combatir la contaminación ambiental.
- Concienciar hacia el consumo responsable.
- Seleccionar los diferentes residuos y aplicar técnicas de aprovechamiento de recursos escasos, técnica de 3R (reducir, reciclar y reutilizar) en el papel, tinta, energía, agua, etc.

Mediante la promoción entre el alumnado de grado superior, para realizar la FCT en otros países europeos, a través del programa Erasmus+ KA131, se desarrollarán estrategias que mejoren la internalización del sistema educativo canario.

EDUCACION SUPERIOR Y ENSEÑANZAS PROFESIONALES Y DE PERSONAS ADULTAS. TRANSFORMACIÓN DIGITAL. FORMACION DEL PERSONAL DOCENTE.

En los tiempos actuales la digitalización es necesaria para cualquier organización, por lo que las inversiones y las propuestas de formación del profesorado, están orientadas a la modernización de nuestros recursos y a la adquisición de competencias digitales básicas y avanzadas, en el sector de la administración de empresas.

El profesorado del departamento realizará al menos 10 horas de formación en digitalización, organizada a través de la familia profesional, DGFP y EA, PFC, CEPs u otros organismos competentes. Desde el inicio del curso se está trabajando con clases virtuales, videoconferencias, redes sociales, buscadores de internet o buscadores web, aplicaciones informáticas de gestión de empresas, etc., lo que contribuye a fortalecer y modernizar las enseñanzas profesionales adaptándolas a las necesidades del sistema productivo. El Centro cuenta con una Base de Datos del alumnado titulado de las diferentes familias profesionales que se imparten en el Centro (Bolsa de Trabajo), a disposición de todas las empresas que requieran de sus servicios.

Con el fin de impulsar la educación superior y enseñanzas profesionales y de personas adultas, promoviendo el aprendizaje a lo largo de la vida y con ello la mejora del crecimiento personal, social y económico, con anterioridad al periodo de solicitud de plazas para el siguiente curso, a través de nuestras redes sociales, se promocionan nuestras enseñanzas, transmitiendo toda la información de interés al respecto.

Con respecto a nuestra contribución a la difusión y desarrollo de nuestro **PATRIMONIO CULTURAL E HISTORICO:**

Al alumnado del primer curso se les acerca a diversas entidades del entorno, realizando visitas a empresas industriales de Canarias como TIRMA, S.A., KALISE, S.A., Grupo Cencosu,....

En el segundo curso, dada la importancia que el PUERTO DE LA LUZ ha tenido en el crecimiento de nuestra economía y su trascendencia para el tejido productivo y social de nuestro territorio, así como la realización próxima, para algunos de nuestros alumnos y alumnas, de su Formación en Centros de Trabajo en algunas de las empresas del Puerto de Las Palmas, se realiza una visita familiarizándolos con las zonas y vocabulario empleado en el sector portuario.

También acercamos a las empresas al Centro educativo; nuestros alumnos y alumnas reciben a emprendedores-as de origen canario, que les trasladan sus experiencias y les transmiten las actitudes y aptitudes necesarias para iniciar un nuevo proyecto empresarial a través de ideas y oportunidades. Además, reciben formación impartida por la Cámara de Comercio de Gran Canaria, en fomento del espíritu empresarial, el empleo y la mejora del capital humano en nuestras islas.

A través de una ruta a pie, nuestro alumnado localizará a las Administraciones Públicas Canarias, con las que se relacionan las empresas, Ayuntamiento, OMIC, sede del Gobierno de Canarias, Seguridad Social, Hacienda Estatal y Hacienda Autonómica, Cámara de Comercio y Cabildo Insular de Gran Canaria.

Asimismo, con el alumnado de ESO y Bachillerato, en las materias de IVY y ECO, se recorrerán espacios naturales en los que se analizarán aspectos de la geografía y economía canaria.

1.4. Seguimiento, revisión y ajuste de las programaciones.

El seguimiento de las programaciones tiene carácter trimestral, quedando reflejado el mismo en una carpeta de la zona compartida que pone a disposición Jefatura de Estudios, donde cada profesor reflejará el informe correspondiente a su módulo, es decir los contenidos impartidos durante el trimestre.

Una vez iniciado las clases ordinarias, esta programación quedará sujeta a posibles cambios en su diseño y desarrollo, a partir de las valoraciones realizadas por el alumnado, departamento y Equipo Educativo, que aconsejen posibles modificaciones. De dichas modificaciones se informará de manera adecuada al alumnado, el cual no podrá resultar, en ningún caso, perjudicado.

Al finalizar cada evaluación trimestral se realizará un seguimiento de la programación informando de los contenidos impartidos, dificultades encontradas, adaptaciones de aula, adaptaciones curriculares, resultados académicos y propuestas de mejora.

1.5 Actuaciones previstas según lo contemplado en la memoria 2022/2023

Aconsejar lecturas y hacer convivencias con las familias profesionales.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

2.0. Escenarios a tener en cuenta para el presente curso escolar.

La actividad lectiva se desarrollará de forma presencial, escenario en el que se desarrolla la programación. Si por causas educativas excepcionales (sanitarias, fenómenos meteorológicos adversos, desarrollo de pruebas de EBAU, pruebas de oposiciones,...) resulte necesaria la implantación por tiempo limitado de formas no presenciales de impartición de las enseñanzas, la actividad será desarrollada a través de las plataformas digitales Google Classroom, Google Meet y Píncel Ekade.

Al inicio de este curso se realizarán **pruebas iniciales** que permitan reajustar la programación didáctica del módulo y establecer, en su caso, las medidas de refuerzo y apoyo que correspondan.

Las primeras semanas de curso se dedicarán a **repasar y reforzar los contenidos básicos**, necesarios para desarrollar con aprovechamiento los aprendizajes que corresponden a este curso. Además, al final de cada unidad se realizan supuestos, en los que aparecen operaciones de las unidades anteriores. Ello permitirá que el **alumnado con dificultades** pueda alcanzar aprendizajes básicos, que le posibilitará seguir avanzando en el módulo y en el ciclo formativo.

Con respecto al **alumnado repetidor** se han de asegurar los aprendizajes básicos que permitan al alumnado seguir con aprovechamiento las enseñanzas del módulo, desarrollando actitudes positivas hacia el trabajo y la superación de las dificultades personales y académicas. Se facilitará una enseñanza adaptada a sus intereses, que sean motivadoras y que busquen el aprendizaje significativo a través de su conexión con el entorno empresarial, en el que podrá realizar su actividad laboral. Se realizará valoración periódica de su aprendizaje, adaptando las mejoras que se estimen oportunas, informando a través de Píncel Ekade.

2.1. Objetivos generales del ciclo vinculados al Módulo:

a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.

b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.

c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.

e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.

f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.

g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.

h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.

i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.

l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.

m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.

n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.

ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.

o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial ofreciendo los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.

p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.

q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".

w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

2.2. Competencias profesionales, personales y sociales vinculadas al Módulo

2.2.1. Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.

2.2.2. Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.

2.2.3. Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.

2.2.4. Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.

2.2.5. Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.

2.2.6. Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.

2.2.7. Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

2.2.8. Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.

2.2.9. Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.

2.2.10. Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.

2.2.11. Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.

2.2.12. Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.

2.2.13. Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnoló-

gicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

2.2.14. Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

2.2.15. Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

2.2.16. Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

2.2.17. Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

2.2.18. Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

2.2.19. Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

2.3. Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación.
<p>1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.</p>	<p>a) Se han identificado los trámites oportunos para la obtención de licencias y autorizaciones de elementos externos en la vía pública.</p> <p>Se han dispuesto los elementos de la tienda, mobiliario y exposición, según las necesidades de la superficie de venta.</p> <p>Se han determinado las principales técnicas de merchandising que se utilizan en la distribución de una superficie de venta.</p> <p>Se han definido las características de una zona fría y de una zona caliente en un establecimiento comercial.</p> <p>Se han determinado métodos para reducir barreras psicológicas y físicas de acceso al establecimiento comercial.</p> <p>Se han descrito las medidas que se aplican en los establecimientos comerciales para conseguir que la circulación de la clientela sea fluida y pueda permanecer el máximo tiempo posible en el interior.</p> <p>Se han descrito los criterios que se utilizan en la distribución lineal del suelo por familia de productos, explicando ventajas e inconvenientes.</p> <p>Se ha identificado la normativa de seguridad e higiene vigente referida a la distribución en planta de una superficie comercial.</p>
<p>2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.</p>	<p>Se han delimitado las dimensiones del surtido de productos.</p> <p>Se ha establecido el número de referencias según características de los productos, espacio disponible y tipo de lineal.</p> <p>Se han realizado simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial.</p>
	<p>d) Se han analizado los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.</p> <p>Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente.</p> <p>Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición.</p> <p>Se han interpretado planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.</p> <p>Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.</p>

<p>3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.</p>	<p>a) Se ha animado y decorado el establecimiento según la planificación anual, dinamizándolo según la política comercial del establecimiento.</p> <p>Se ha realizado papelería según el libro de estilo corporativo de un establecimiento.</p> <p>Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor.</p> <p>Se han elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética.</p> <p>Se han creado mensajes que se quieren transmitir al cliente, mediante las técnicas de rotulación, combinando diferentes materiales que consigan la armonización entre forma, textura y color.</p> <p>Se han utilizado programas informáticos de edición, realizando carteles para el establecimiento.</p> <p>Se han montado los elementos decorativos en condiciones de seguridad y prevención de riesgos laborales.</p>
<p>4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.</p>	<p>Se ha analizado un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de establecimientos comerciales.</p> <p>Se han explicado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas utilizadas en escaparatismo.</p> <p>Se han argumentado las funciones y objetivos que puede tener un escaparate.</p> <p>Se han definido los criterios de valoración del impacto que puede producir un escaparate en el volumen de ventas.</p> <p>Se han especificado los criterios de selección de los materiales que se van a utilizar y el presupuesto disponible.</p> <p>Se han definido los criterios de composición y montaje de los escaparates, atendiendo a criterios comerciales.</p> <p>Se han diseñado escaparates, aplicando los métodos adecuados y las técnicas precisas, según un boceto.</p> <p>Se han montado escaparates con diferentes objetivos comerciales.</p>
<p>5. Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes.</p>	<p>a) Se han descrito los distintos medios promocionales que habitualmente se utilizan en un pequeño establecimiento comercial.</p> <p>Se han enumerado las principales técnicas psicológicas que se aplican en una acción promocional.</p> <p>Se han considerado las situaciones susceptibles de introducir una acción promocional.</p> <p>Se han programado, según las necesidades comerciales y el presupuesto, las acciones más adecuadas.</p> <p>Se ha seleccionado la acción promocional más adecuada para los diferentes objetivos comerciales.</p>

<p>6. Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.</p>	<p>Se ha establecido el procedimiento de obtención del valor de los ratios de control.</p> <p>Se han descrito los instrumentos de medida que se utilizan para valorar la eficacia de una acción promocional.</p> <p>Se han calculado los ratios que se utilizan para el control de las acciones de merchandising.</p> <p>Se ha evaluado la eficacia de la acción promocional, utilizando los principales ratios que la cuantifican.</p> <p>Se han realizado informes, interpretando y argumentando los resultados obtenidos.</p>
---	--

CONTENIDOS Y TEMPORALIZACIÓN.

El objetivo “Realizar las actividades de dinamización del punto de venta”, constituye el eje organizador alrededor del cual gira esta programación didáctica. Para su consecución se plantean las siguientes Unidades de Trabajo:

Secuenciación de unidades de trabajo y temporalización.

UNIDADES DE TRABAJO O DIDÁCTICAS	Temporalización Horas	Evaluación
1. La distribución comercial y el consumidor.	13	1ª
2. Políticas de comunicación.	7	
3. Elementos exteriores del punto de venta. El escaparate.	13	
4. Técnicas de escaparatismo.	16	
5. El montaje del escaparate.	16	
6. Organización de la superficie comercial.	13	2ª
7. El surtido.	11	
8. El lineal.	14	
9. Análisis de las acciones del merchandising.	16	
10. La publicidad en el lugar de venta.	12	3ª
11. Las promociones de ventas.	12	
12. Las relaciones públicas	8	
Horas para el desarrollo de unidades	140	
Pruebas específicas y actividades complementarias	20	
Total horas lectivas durante el curso académico	160	

2.4 Metodología

.- METODOLOGIA DEL MODULO:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de diseño de espacios comerciales y escaparates.

La función de organización de espacios comerciales y diseño de escaparates incluye aspectos como:

- La organización y diseño de espacios comerciales.
- El diseño de escaparates.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.
- Selección de elementos interiores y exteriores de la implantación comercial.
- Fijación de criterios de composición y montaje de escaparates.
- Análisis de información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.
- Diseño de distintos tipos de escaparate.
- Organización del montaje de un escaparate.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales i), j), q), r), s), t), u), v) y w) del ciclo formativo, y las competencias f), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza–aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Organización de la superficie comercial aplicando técnicas de merchandising
 - Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales.
 - Aplicación de técnicas de publicidad en el lugar de venta (PLV) y animación del establecimiento.
 - Realización de los escaparates y cuidado de los elementos exteriores, aplicando las técnicas profesionales.
 - Aplicación de acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales.
- Aplicación de métodos de control de acciones de merchandising.

La metodología didáctica del módulo, en coherencia con la naturaleza del mismo, está orientada a promover en el alumnado:

- Su **participación activa** en los procesos de enseñanza, aprendizaje y evaluación, de forma que mediante las actividades propuestas desarrolle su capacidad de autonomía y responsabilidad personales.
- La adquisición de **una visión global y coordinada** de los procesos de creación de servicios a los que está vinculada la competencia profesional del título, por medio de la necesaria integración de contenidos científicos, tecnológicos y organizativos.

- El desarrollo de la capacidad para **aprender por sí mismos**, de modo que adquieran una identidad y madurez profesionales motivadoras de futuros aprendizajes y adaptaciones al cambio de las cualificaciones.
- El desarrollo de la capacidad para **trabajar en equipo**, por medio de actividades de aprendizaje realizadas en grupo, de forma que cuando en el ámbito profesional se integren en equipos de trabajo puedan mantener relaciones fluidas con sus miembros, colaborando en la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, participando activamente en la organización y desarrollo de tareas colectivas, cooperando en la superación de las dificultades que se presenten con una actitud tolerante hacia las ideas de los compañeros, y respetando las normas y métodos establecidos.

Para el logro de los objetivos previstos se propondrán actividades y tareas que induzcan a la investigación, a la búsqueda y manejo de la información mediante el uso de las TIC y otro material de referencia, a la toma de decisiones, a obtener conclusiones/resultados, así como a su posterior valoración crítica, a fin de que se desarrolle la capacidad de comprensión e interpretación de la información utilizada.

Así pues, la orientación metodológica de la programación del módulo profesional se basa en:

1. Las **ideas previas** del alumnado para, a partir de ellas aplicar los contenidos previstos para este módulo.
2. **Encontrar sentido** a lo que se ha aprendido y se aprende, lo que supone el establecimiento relaciones entre lo particular y lo general, los aprendizajes previos y los adquiridos en los otros módulos, etc.
3. Los estudiantes deben hacerse **responsables** de su propio aprendizaje, para lo cual deben aprender a tomar decisiones, a asumir riesgos, a analizar críticamente los resultados obtenidos y proponer y poner en práctica alternativas/soluciones adecuadas. En este caso resulta fundamental el hacerse conscientes de la importancia de cuidar el material de que se dispone, haciendo uso del mismo de forma razonable, aspecto que se considera una actitud básica para superar el módulo.
4. El docente actúa como el **dinamizador** del grupo clase y del proceso de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Teniendo en cuenta que el planteamiento metodológico de todo el módulo profesional debe ir orientado a conseguir que el alumno sea capaz de “**Realizar las actividades de dinamización del punto de venta**”, resulta conveniente la aplicación práctica de los contenidos trabajados, para lo cual se promoverán actividades de tipo procedimental que permitan desarrollar habilidades de análisis crítico, desarrollo de la creatividad, manejo de técnicas diversas relativas a la animación del punto de venta, etc. Esta estrategia facilita una dinámica activa y motivadora que evite clases excesivamente teóricas, por lo que se espera un grado de implicación creciente y el

logro de las capacidades previstas en el módulo, al menos en sus aspectos fundamentales.

Si bien el proceso de trabajo está centrado en el saber hacer, en algún momento del curso se podrán realizar controles no programados para verificar el grado de dominio de los procesos trabajados en clase. Su función será la de obtener información respecto al logro de los objetivos previstos, siendo que la calificación obtenida será una más de las diversas que se recogen en cada trimestre/evaluación, participando de la calificación final del periodo en la ponderación que convenientemente se le asigne.

Con el fin de desarrollar diferentes habilidades técnicas propias del módulo, tenemos previsto desarrollar los siguientes **talleres en el aula**:

- De rotulación y elaboración de carteles de carácter comercial. Se prevé realizar un taller, de 4 horas aproximadamente, con la participación de un técnico con experiencia en este terreno.
- De decoración y animación del punto de venta. Taller de 4-6 horas para la elaboración de cajas, bolsas de regalo, etc.
- De escaparatismo. Taller de 10 horas para el diseño y montaje de escaparates con diferentes motivos.
- Taller de reciclado, confección de carteras con tetrabriks. (producto que se puede poner a la venta)
- Taller de pins (de lápices de colores y de duendes, productos que se pondrán a la venta)

Carnaval: Escaparate en un espacio público del Centro con motivo del carnaval, alegórico al tema que se haya adoptado para el carnaval de Las Palmas de G.C., utilizando los recursos disponibles, y apoyando la acción con carteles de diferente tipo.

Día de Canarias: Montaje de un escaparate, en el espacio que convenientemente se decida, en el que se utilicen los productos canarios para diseñar, ejecutar y evaluar una propuesta que sirva como trabajo de final de curso, que se comparta con la comunidad educativa del Centro.

.- AGRUPAMIENTOS.

El desarrollo de la capacidad para trabajar en equipo, por medio de actividades de aprendizaje realizadas en grupo, de forma que cuando en el ámbito profesional se integren en equipos de trabajo puedan mantener relaciones fluidas con sus miembros, colaborando en la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, participando activamente en la organización y desarrollo de tareas colectivas, cooperando en la superación de las dificultades que se presenten con una actitud tolerante hacia las ideas de los compañeros, y respetando las normas y métodos establecidos.

.- ESPACIOS

Los espacios y equipamientos que deben reunir los centros de formación profesional, para permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza, son los establecidos en el anexo IV de esta orden y deberán cumplir lo establecido en el artículo 11 del Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, así como la normativa sobre igualdad de oportunidades, diseño para todos y accesibilidad universal, prevención de riesgos laborales y seguridad y salud en el puesto de trabajo.

RECURSOS MATERIALES.

De que dispone el aula-taller de comercio:

- Mobiliario y material fungible requeridos para la gestión de puntos de venta.
 - Equipos informáticos con conexión a Internet, en red local (17 con el del profesor), con SO Windows XP y que tienen instalada la suite ofimática MS Office, Open Office, Factura Plus, y aplicaciones para la generación de mapas conceptuales/mentales (cMap, VUE).
 - Proyector.
-

Que aporta el alumno:

- Pendrive para el almacenamiento de la información generada en el curso. Será requisito necesario disponer del mismo en clase.
- Archivador
- Calculadora
- Regla
- Bolígrafo, lápiz, goma y cualquier otro material que puntualmente sea requerido.

Bibliografía básica de referencia, disponible en el aula-taller de Comercio:

- *Dinamización del punto de venta*, Editorial Mc Graw Hill.
- *Dinamización de punto de venta*. Editorial Paraninfo.
- *Merchandising*, teoría, práctica y estrategia, de Ricardo Palomares (2009). ESIC.
- *Revistas especializadas en escaparatismo y merchandising*.
- *Objetos decorativos*.
- *Dibujando carteles*.
- *Adornos, diseños y guirnaldas*.
- *Guía de publicidad*.
- *Curso de escaparatismo*.
- *Luz, color y decoración*.
- *Software para la creación de folletos*.

2.5. Estrategias para desarrollar la educación en valores y la interdisciplinariedad

En todo momento potenciaremos en los alumnos actividades de respeto a las medidas de prevención de riesgos y respecto al medio ambiente, mediante la observación y refuerzo de buenas prácticas, con aplicación de las mismas a las actividades que se realicen. Asimismo se promoverá el uso adecuado de las instalaciones y equipos disponibles, tomando conciencia de la importancia del cuidado de los mismos.

Con el trabajo en grupo propiciamos que los alumnos reconozcan las dificultades y ventajas de la cooperación, además del fomento del respeto a las diferencias individuales y la superación de problemas de aprendizaje, relaciones... mediante la cooperación mutua.

2.6. Atención a la diversidad.

La evaluación del **alumnado con necesidades educativas especiales** presentes en el grupo-clase, se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación propuestos para el resto de alumnos/as, si bien con la adaptación necesaria a las necesidades educativas especiales del alumno concreto, adaptaciones que en ningún caso podrán afectar al dominio de las capacidades terminales previstas en el módulo y, en último término el objetivo del módulo (eje organizador), de acuerdo con lo establecido en el artículo 20 del Decreto 156/1996 que regula la FP en Canarias.

2.7. Evaluación.

La evaluación será continua, tal y como se establece en la normativa aplicable a la Formación Profesional. Ello supone que se evaluará todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, además del logro de las capacidades/objetivos/resultados de aprendizaje establecidos para el módulo.

En base a ello todas las actividades desarrolladas serán objeto de evaluación, no planteándose, en principio, actividades exclusivamente de evaluación, siendo pues que todas las actividades lo serán de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Así pues, esta programación se construye con la perspectiva de que la evaluación será continua, integradora, personalizada, compartida y retroalimentadora.

Integral, ya que no evalúa sólo contenidos conceptuales, sino también y **sobre todo** las habilidades y destrezas procedimentales y las actitudes adquiridas/demostradas.

Continua y personalizada, ya que permite conocer la evolución del proceso de enseñanza-aprendizaje a cada alumno en cada momento.

Compartida, ya que se requiere la participación activa del alumnado tanto durante el proceso como en la valoración del resultado de trabajo propio, de forma tal que se haga consciente lo que le separa, en su caso, de los objetivos propuestos. Para ello el alumno

participará activamente en procesos de autoevaluación y coevaluación de las actividades realizadas y de la eficiencia obtenida.

Retroalimentadora, en la medida en que proporcionará información útil para ajustar y mejorar las actividades, el diseño de esta propuesta en futuros cursos.

Los criterios de evaluación definidos para el módulo son el referente fundamental para valorar, tanto el grado de consecución de los resultados de aprendizaje, como el grado de adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales, incluidas las competencias básicas, y en última instancia de la competencia general

del Título, objetivo último y común de éste y el resto de los módulos del ciclo formativo. Asimismo, y en un nivel de concreción más próximo a cada Unidad de Trabajo diseñada, los contenidos enunciados para cada UT se erigen como criterios de evaluación de dicha UT.

Las **actitudes** se constituyen, junto con los procedimientos, en parte integrante y fundamental de todo el proceso de aprendizaje, siendo que además de las previstas para cada Unidad de Trabajo y actividades, se prevé hacer especial hincapié en las siguientes actitudes transversales al rol profesional al que está asociado este módulo, y por tanto serán evaluadas de forma conjunta con los otros contenidos previstos:

- Curiosidad por conocer los avances tecnológicos en el uso de aplicaciones ofimáticas y su influencia en la actividad comercial del entorno.
- Realización de búsqueda y análisis de información sobre diferentes aspectos relacionados con la actividad comercial que complemente la información disponible.
- Participación activa y crítica en las discusiones y debates.
- Respeto por las normas de seguridad e higiene, prevención de riesgos laborales, y protección medioambiental, aplicables en las operaciones con ordenadores y sus periféricos, para seguridad de sus clientes y de la suya propia y para la imagen del establecimiento.
- Curiosidad y respeto hacia las ideas, valores y soluciones técnicas aportadas por otras personas.
- Actitud ordenada y metódica en el trabajo, planificando con antelación el desarrollo de las tareas y mostrando iniciativa y persistencia ante las dificultades y obstáculos encontrados.
- Actitud positiva y motivación en su equipo para la ejecución y resolución de las tareas que se proponen, participando solidariamente en las tareas de equipo.

La calificación se establecerá en función de la dificultad que presente cada actividad y su importancia en cuanto la contribución a la consecución del objetivo general del módulo. Con carácter general se evaluarán objetivos referidos a:

- Expresión oral y escrita.
- Compresión.
- Puntualidad y formalización en la entrega de trabajos.
- Asistencia y puntualidad.
- Participación.

En cuanto a los **criterios de calificación** del módulo, si bien en cada Unidad de Trabajo y actividad se establecen las indicaciones relativas a la calificación específica de cada actividad, en términos generales y en coherencia con el enfoque de la programación diseñada, se desarrollará según los siguientes criterios:

1. Contenidos Procedimentales:	40 %
2. Contenidos Actitudinales.	30 %
3. Contenidos Conceptuales:	30 %

Para la recogida de información que permitirá evaluar cada actividad, y su correspondiente ponderación, se aplicarán las siguientes **Pautas de Observación**:

- Comprende adecuadamente las lecturas, relatos e información que recibe.
- Repite información recibida, elaborándola con sus propias palabras.
- Escribe con corrección ortográfica.
- Elabora textos con precisión.
- Analiza y resuelve correctamente las actividades propuestas.
- Se expresa con claridad.
- Utiliza vocabulario preciso y con propiedad.
- Redacta con claridad y fluidez.
- Utiliza técnicas y procesos adecuados.
- Presenta documentos, informes y actividades con precisión, orden y limpieza.
- Es puntual en la entrega de trabajos, informes o actividades.
- Es constante en sus tareas. Participa activamente.
- Asiste con puntualidad y regularidad.
- Muestra satisfacción por el trabajo riguroso y bien hecho.
- Es respetuoso/a con las ideas y aportaciones de los demás.
- Se integra bien en diferentes grupos.
- Es solidario/a con las decisiones del grupo.
- Anima y estimula la participación en las actividades propuestas.
- Es crítico ante la información que recibe.
- Tiene iniciativa ante problemas que se le plantean.
- Cuida los recursos que utiliza (aula, equipos, materiales), evitando costes innecesarios y perjuicios medioambientales.
- Autoevalúa las actividades realizadas con sentido crítico.

Como instrumentos de evaluación se emplearán tanto las hojas de actividad para la reco-

gida de la información como en hojas de cálculo para realizar las ponderaciones correspondientes, obtener la calificación de cada actividad, así como por adición y ponderación, la calificación final del módulo. No obstante, los resultados así obtenidos serán objeto de análisis para, en su caso, y con la argumentación que corresponda, hacer los ajustes que procedan.

Habrà una prueba objetiva al menos cada evaluación, que podría ser sin previo aviso, que valora el trabajo en clase (procedimientos) y sin embargo se tendrá en cuenta como contenido

Cada alumno/a deberá usar la plataforma Google Classroom donde entregar y almacenar la información complementaria y actividades generadas en el módulo, siendo que dicho soporte será el instrumento básico para la entrega de trabajos, con lo que además de propiciar la coherencia de respeto medioambiental en la medida en que se evitan impresiones de documentos, evita o minimiza los contactos físicos, como medida de prevención de contagios por Covid-19. Su no disposición en tiempo y forma adecuados dará lugar a que la actividad de que se trate sea considerada como no entregada/realizada.

La evaluación final será la nota ponderada de las tres evaluaciones ponderadas en función de los coeficientes 25% la nota del primer trimestre, 25% del segundo trimestre, 50 % el tercer trimestre.

2.8. Planes de recuperación

En la medida en que sea necesario, y a partir de las necesidades individuales del alumnado, se plantearán actividades de refuerzo, ampliación y recuperación, según los casos, para lo cual serán de referencia tanto el currículo de los diferentes módulos profesionales que componen el ciclo formativo (en caso de necesidades en un ámbito específico) como las propias UT programadas, a las que se podrán añadir actividades complementarias que favorezcan la adquisición de las capacidades previstas para el módulo profesional.

Teniendo en cuenta que la evaluación es continua, aquellos alumnos que no tengan evaluación positiva cada trimestre podrán recuperar el módulo realizando las actividades de recuperación que convenientemente se plantearían durante el siguiente trimestre. En todo caso, se debe tener en cuenta que la evaluación positiva del módulo a final de curso requiere la evidencia de que se alcanzan las capacidades previstas en el currículo correspondiente, con el grado de complejidad que contemplan los criterios de evaluación de cada capacidad. El dominio de las capacidades citadas debe serlo en al menos un 50% de cada una de ellas.

El alumnado que no asista a las actividades previstas por causa de fuerza mayor (enfermedad con certificado médico, asistencia a juicio, muerte de un familiar directo), tendrán derecho a resolver las actividades previstas para el alumnado en general en un nuevo

plazo que convenientemente se establecería, preferentemente de común acuerdo entre alumno-profesor sin menoscabo de la legalidad vigente y criterios a tal fin descrito en el Centro.

Aquellos alumnos/as que hayan perdido el derecho a la evaluación continua por absentismo injustificado deberán realizar las diferentes pruebas prácticas diseñadas en la fecha acordada por el Departamento y que les lleven a alcanzar los contenidos mínimos establecidos en la programación.

El alumnado que requiera recuperación de algún trimestre/evaluación, en caso de evaluación positiva de las actividades de recuperación realizadas, su nota máxima será de Bien (6) si la recuperación se realiza en el trimestre/evaluación siguiente; y de Suficiente (5) si lo fuera en una convocatoria extraordinaria al final de curso.

Evaluación del alumnado con pérdida de evaluación continua

La recuperación del alumnado con pérdida de evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita con carácter conceptual y procedimental y en la realización de un conjunto de actividades y/o trabajos correspondientes a las competencias que el profesorado considerase para cada módulo, lo cual deberá ser entregado en la fecha de realización de la prueba escrita. Dicha entrega será condición indispensable para poder realizar la misma.

Los apartados de valoración anterior deben obtener un mínimo del 50% cada uno para considerar superado el módulo evaluado. Cuando un uno de ellos no sea igual o superior al 50% de calificación se considerará el módulo no superado"

Evaluación del alumnado con módulos pendientes

Teniendo en cuenta que la mayoría del alumnado no puede asistir a clases del módulo de pendiente por tener el mismo horario que los módulos de segundo curso y no hay hora/s asignadas para módulos pendientes, se evaluará de la siguiente manera:

- Se tendrá en cuenta el informe individualizado del alumnado (plan de recuperación personalizado) en el que se indica la valoración del aprendizaje realizado en el curso anterior, el grado de consecución de capacidades y la asignación de las actividades de recuperación.
- El alumnado tendrá que realizar las actividades previstas que deberá entregar en tiempo y forma, controles y exámenes trimestrales en las fechas que se le indique y examen final en la fecha que se publique Jefatura de Estudios.
- El profesorado encargado del módulo realizará un seguimiento del alumnado.

- En caso de que por cualquier motivo no exista un informe individualizado, por ejemplo que el alumnado cursara el primer curso en otra autonomía, el alumnado se evaluará a lo largo de los dos primeros trimestres. Si no se ha presentado o no ha superado el módulo tendrá que ser evaluado nuevamente en la fecha que indique Jefatura de Estudios de la/s parte/s pendientes.
- En todos los casos se tendrá en cuenta la programación del módulo.

3. SECUENCIA DE UNIDADES DE TRABAJO (U.T.)

Unidad 1 La distribución comercial y el consumidor

1. Contenidos

- La distribución comercial.
- Formas de distribución comercial.
 - Distribución con establecimiento comercial y con contacto.
 - Distribución con establecimiento comercial sin contacto.
 - Distribución sin establecimiento comercial y con contacto.
 - Distribución sin establecimiento comercial sin contacto.
- El merchandising.
- Técnicas del merchandising.
 - Llevadas a cabo por el fabricante.
 - Llevadas a cabo de forma conjunta por el fabricante y el distribuidor. Trade marketing.
 - Llevadas a cabo por el distribuidor o detallista.
- Tipos de merchandising.
 - De presentación.
 - De seducción
 - De gestión.
- El merchandising y el cliente.
- Determinantes del comportamiento del consumidor.
- Fases en el proceso de decisión de compra
 - Reconocimiento de la necesidad.
 - Búsqueda de información.
 - Evaluación de la información.
 - Decisión y acto de compra.
 - Consumo y evaluación poscompra.
- Comportamiento del cliente en el punto de venta.
- Tipos de compras
 - Compras previstas.
 - Compras impulsivas.

2. Resultados de aprendizaje

- Distingue las características de los distintos tipos de canales de distribución.
- Comprende las diferentes estrategias de distribución.
- Identifica las formas de distribución comercial.
- Reconoce la finalidad de los distintos tipos de merchandising.
- Conoce y examina las distintas etapas del proceso de decisión de compra.
- Diferencia los distintos tipos de compras.

3. Criterios de evaluación

- Se ha definido la distribución comercial y se han diferenciado los distintos canales y políticas de distribución.
- Se han analizado las distintas formas de distribución comercial.

- Se ha visto hacia dónde va la distribución comercial.
- Se ha definido el merchandising.
- Se han analizado las técnicas y los distintos tipos de merchandising.
- Se han analizado las fases en el proceso de decisión de compra.
- Se ha estudiado el comportamiento del cliente en el punto de venta.

Unidad 2 Políticas de comunicación

1. Contenidos

- La información y la comunicación en la empresa.
- La comunicación comercial.
 - Elementos básicos de la comunicación comercial.
- El marketing mix.
- Mix de la comunicación.
 - La publicidad.
 - La promoción de ventas
 - El marketing directo.
 - Las relaciones públicas
 - La venta personal.
 - El merchandising
- El informe o plan de comunicación.
 - Concreción de los objetivos.
 - Definición del público objetivo.
 - Establecimiento del contenido de la campaña.
 - Selección del mix de la comunicación.
 - Selección de la estrategia a seguir.
 - Definición de acciones, cronograma y presupuesto.
 - Control y seguimiento permanentes.

2. Resultados de aprendizaje

- Diferencia entre información y comunicación.
- Identifica la comunicación comercial.
- Conoce las variables del marketing mix.
- Distingue los distintos elementos de la comunicación comercial.
- Reconoce los elementos del mix de la comunicación.
- Conoce los objetivos y funciones de la comunicación comercial.
- Elabora un plan de comunicación.

3. Criterios de evaluación.

- Se ha distinguido entre información y comunicación.
- Se ha descrito en qué consiste la comunicación comercial.
- Se han distinguido entre los distintos públicos a los que se dirigen las relaciones públicas.
- Se ha definido el marketing mix y sus elementos.
- Se ha definido el mix de la comunicación.
- Se han diferenciado y definido los distintos instrumentos del mix de la comunicación.
- Se han identificado las fases del plan de comunicación.

Unidad 3 Elementos exteriores del punto de venta. El escaparate

1. Contenidos

- Elementos exteriores: rótulo, entrada y escaparate.
 - Rótulo.
 - Entrada.
 - Escaparate: Funciones y Tipos.
- Escaparate virtual.
- Planificación del escaparate.
 - Cronograma.
- Medidas de análisis del escaparate.
- Percepción y memoria selectiva.
- Presupuesto de los escaparates.

2. Resultados de aprendizaje

- Identifica los distintos elementos que componen la fachada.
- Reconoce la finalidad de cada elemento.
- Distingue las características de los distintos tipos de escaparates.
- Realiza la planificación de un escaparate.
- Analiza el impacto visual de las diferentes zonas del escaparate.
- Comprende e interpreta los diferentes ratios que miden la eficacia del escaparate.
- Conoce la importancia de la realización del presupuesto.

3. Criterios de evaluación

- Se han identificado los distintos elementos que componen la fachada.
- Se ha reconocido la finalidad de cada elemento.
- Se han distinguido las características de los distintos tipos de escaparates.
- Se ha realizado la planificación de un escaparate.
- Se ha analizado el impacto visual de las zonas del escaparate.
- Se han comprendido e interpretado los diferentes ratios que miden la eficacia del escaparate.
- Se ha analizado la importancia de la realización del presupuesto.

Unidad 4 Técnicas de escaparatismo

1. Contenidos

- El proceso de diseño.
- o Fases del proceso de diseño.
 - Condicionantes del diseño.
 - Diseño.
 - Composición.
 - Color.
 - Iluminación.
 - El boceto.
 - La maqueta.

2. Resultados de aprendizaje

- Diseñar un escaparate.
- Aplicar técnicas compositivas de diseño de escaparates.
- Utilizar la teoría del color para el diseño de escaparates.
- Seleccionar la forma de iluminar más adecuada para un determinado diseño.
- Realizar bocetos y maquetas de escaparates.

3. Criterios de evaluación

- Se ha diseñado un escaparate.
- Se han aplicado técnicas compositivas de diseño de escaparates.
- Se ha utilizado la teoría del color para el diseño de escaparates.
- Se ha seleccionado la forma de iluminar más adecuada para un determinado diseño.
- Se han realizado bocetos y maquetas de escaparates.

Unidad 5 El montaje del escaparate

- Contenidos
- Planificación del proceso de montaje
 - La ejecución del montaje
 - Control
- Herramientas, materiales y técnicas.
- Accesorios del escaparate
 - El maniquí
 - Los expositores
- Iluminación
- Seguridad del escaparate

2. Resultados de aprendizaje

- Planifica el montaje del escaparate.
- Realiza un cronograma del montaje del escaparate.
- Distingue los tipos de accesorios más utilizados en escaparatismo.
- Elige el tipo de luces más adecuado para el escaparate.
- Interpreta la normativa relativa a la seguridad en el montaje de escaparates.

3. Criterios de evaluación

- Se ha planificado el montaje del escaparate.
- Se ha realizado un cronograma del montaje del escaparate.
- Se han distinguido los tipos de accesorios más utilizados en escaparatismo.
- Se ha elegido el tipo de luces más adecuado para el escaparate.
- Se ha interpretado la normativa relativa a la seguridad en el montaje de escaparates.

Unidad 6 Organización de la superficie comercial

1. Conceptos

- Implantación del punto de venta.
 - Comercio tradicional y libre servicio.
 - La puerta de entrada.
 - Distribución de la superficie.
 - Secciones.
- Circulación.
 - Pasillos.
 - Disposición del mobiliario.
 - Coeficiente de ocupación del suelo.
 - Velocidad de la marcha.
 - Duración de la compra.
- Mobiliario.
- Iluminación.
- Visual merchandising virtual
- Recursos humanos en el punto de venta.
 - Coordinador de zona.
 - Encargado del merchandising en tienda.

2. Resultados de aprendizaje

- Distingue las peculiaridades que caracterizan al comercio tradicional y al libre servicio.
- Plantea propuestas de implantación de zonas y secciones en el punto de venta.
- Detecta las variables que pueden influir en los flujos de circulación de clientes.
- Identifica los diferentes tipos de mobiliario.
- Reconoce la finalidad de los distintos tipos de iluminación interior.
- Comprende la importancia de la utilización de aplicaciones informáticas de diseño de interiores.
- Conoce las distintas responsabilidades de los encargados de merchandising.

3. Criterios de evaluación

- Se ha definido la distribución comercial bajo el régimen tradicional y el de libre servicio.

- Se han analizado las consideraciones a tener en cuenta a la hora de realizar una implantación de zonas y secciones.
- Se ha visto las variables que pueden influir en los recorridos y velocidades de circulación.
- Se ha definido los diferentes tipos de mobiliario.
- Se han reconocido las diferentes formas de iluminación interior.
- Se ha analizado la importancia de la utilización de aplicaciones informáticas de diseño de interiores.
- Se han identificado las distintas tareas de los encargados de merchandising.

Unidad 7 El surtido

1. Contenidos

- Concepto de surtido
 - Objetivos
 - Características
- La estructura del surtido
- Clasificación de los tipos de surtidos
- Dimensiones del surtido
- Cualidades del surtido
 - Coherencia
 - Dinamismo
 - Rentabilidad
 - Trazabilidad
- Selección de las referencias
- Supresión de referencias
- Determinación del surtido
- Codificación del surtido
 - Ventajas de la codificación
 - Tipos de codificación
 - Código de barras
- Organismos reguladores
- Codificación GTIN
 - Tecnología RFID

2. Resultados de aprendizaje

- Aprecia la relevancia del surtido.
- Distingue y maneja las características, los objetivos, la clasificación y los tipos de surtidos.
- Diferencia entre la amplitud, la anchura y la profundidad del surtido.
- Analiza cómo elegir las referencias.
- Decide qué referencias suprimir del lineal.
- Considera los métodos de determinación del surtido.
- Reconoce los distintos tipos de codificación

3. Criterios de evaluación

- Se ha definido el surtido, los objetivos y las características.
- Se ha distinguido la estructura.
- Se ha diferenciado la clasificación.
- Se han identificado las cualidades del surtido
- Se han analizado los criterios para la selección y supresión de referencias.
- Se ha analizado el método ABC para la determinación del surtido.
- Se han identificado los distintos tipos de codificación del surtido.

Unidad 8 El lineal

1. Contenidos

- El lineal.
 - El facing de un producto.
- Zonas y niveles del lineal.
 - Variaciones de nivel.
- Implantación de productos en el lineal.
 - Asignación del lineal mediante el método de reaprovisionamiento.
 - Determinación del lineal mínimo.
 - Determinación del lineal óptimo.
- Disposición de los productos en el lineal.
- Programas informáticos de gestión de espacios.
- El lineal virtual.

2. Resultados de aprendizaje

- Determina el lineal y número de facing asignado a un producto.
- Utiliza las características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos en la asignación del lineal.
- Determina el lineal mínimo y lineal óptimo de un producto.
- Distribuye los productos en el lineal según diferentes tipos de presentación.
- Analiza el lineal virtual de una empresa.

3. Criterios de evaluación

- Se ha determinado el lineal y número de facing asignado a un producto.
- Se han utilizado las características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos en la asignación del lineal.
- Se ha determinado el lineal mínimo y lineal óptimo de un producto.
- Se han distribuido los productos en el lineal según diferentes tipos de presentación.
- Se ha analizado el lineal virtual de una empresa.

Unidad 9 Análisis de las acciones de merchandising

1. Contenidos

- Las acciones de merchandising.
- Acciones relativas al producto.
 - Margen bruto comercial.
 - Ventas netas.
 - Beneficio Bruto.
 - Índice de rotación.
 - Índice de lineal.
 - Rentabilidad del lineal.
 - Rentabilidad lineal media.
 - Rentabilidad comparada.
 - Coeficiente de rentabilidad.
 - Índice de atracción de los productos.
- Acciones relativas al punto de venta.
 - Índice de circulación.
 - Índice de atracción.
 - Índice de compra.
 - Rentabilidad del punto de venta.
- Beneficio Directo del Producto.
 - Creación de la matriz portfolio.
- Aplicaciones informáticas.

2. Resultados de aprendizaje

- Distingue los instrumentos de control empleados para valorar la rentabilidad del punto de venta.

- Reconoce la finalidad de los distintos tipos de ratios de control.
 - Comprende y analiza de forma crítica la información obtenida.
 - Plantea propuestas de futuro que mejoren los resultados del establecimiento.
 - Conoce la importancia de la utilización de aplicaciones informáticas de gestión de espacio.
- 3. Criterios de evaluación**
- Se ha analizado la necesidad de realizar análisis periódicos para valorar los resultados que generan las acciones de merchandising tomadas por el establecimiento.
 - Se han definido los instrumentos control necesarios para evaluar los resultados del establecimiento.
 - Se han dado pautas para el análisis e interpretación de los resultados obtenidos.
 - Se ha visto las ventajas que proporcionan las nuevas tecnologías en cuanto a la gestión del espacio.

Unidad 10 La publicidad en el lugar de venta

1. Contenidos

- Publicidad.
 - Objetivos, características y funciones de la Publicidad en el lugar de venta.
 - Formas de la Publicidad en el lugar de venta.
- Carteles.
 - Carteles de precio.
 - Elaboración de los carteles de precio.
 - Colocación de los carteles de precio.
 - Rotulación.

2. Resultados de aprendizaje

- Diferencia los tipos de publicidad en el lugar de venta.
- Elegir el modelo de publicidad en el lugar de venta más adecuado para una empresa o un producto.
- Distinguir los tipos de carteles.
- Diseñar carteles utilizando diferentes técnicas gráficas y rotulación.
- Realizar distintos tipos de packaging.

3. Criterios de evaluación

- Se han diferenciado los tipos de publicidad en el lugar de venta.
- Se ha elegido el modelo de publicidad en el lugar de venta más adecuado para una empresa o un producto.
- Se han distinguido los tipos de carteles.
- Se han diseñado carteles utilizando diferentes técnicas gráficas y rotulación.
- Se han realizado distintos tipos de packaging.

Unidad 11 Las promociones de ventas

1. Contenidos

- La promoción. Conceptos y objetivos.
 - La planificación de las promociones.
- Definición de los objetivos de la promoción.
- Elección del tipo de promoción a llevar a cabo
- Establecimiento de la operativa y el calendario o cronograma.
- Elección de los canales de comunicación.
- Realización de estudio previo a la puesta en marcha de la promoción.
- Puesta en marcha de la promoción.
- Evaluación de los resultados.
- Legislación y clasificación de las promociones
 - Legislación.
 - Clasificación de las promociones
- Promociones del fabricante dirigidas a los consumidores
 - Promociones de precio
 - Promociones en especie

- Promociones selectivas
- Promociones de los distribuidores dirigidas a los consumidores.
- Promociones del fabricante dirigidas a los prescriptores y vendedores
- Ratios de control y eficacia de las acciones promocionales.
 - ROI
 - Elasticidad de la promoción
 - Ratios

2. Resultados de aprendizaje

- Conoce las características de las distintas herramientas promocionales.
- Planifica una acción promocional adecuadamente.
- Calcula el punto crítico de una promoción.
- Analiza la eficacia de las acciones promocionales.
- Interpreta la normativa legal que regula la promoción de ventas.

3. Criterios de evaluación

- Se ha descrito en qué consiste la promoción de ventas.
- Se han definido los objetivos que persigue la promoción de ventas.
- Se han identificado las fases de la planificación de una acción promocional.
- Se ha estudiado la legislación que regulan las acciones promocionales.
- Se ha diferenciado entre los distintos tipos de promociones, así como los públicos a quienes se dirigen.
- Se han analizado los distintos ratios de control y eficacia de las acciones promocionales.

Unidad 12 Las relaciones públicas

1. Contenidos

- Concepto y fines de las relaciones públicas.
- Objetivos de comunicación en las RR.PP.
- Técnicas de RR.PP.
 - Nota o comunicado de prensa
 - Rueda de prensa
 - Dossier o carpeta de prensa
 - Newsletter
 - Ferias y congresos
 - Fiestas
 - Patrocinio
 - Mecenazgo
 - Fundaciones
 - Premios, concursos y becas
 - Otras técnicas de relaciones públicas
- Programación de las acciones de las RR.PP.

2. Resultados de aprendizaje

- Identifica las acciones de las relaciones públicas.
- Conoce los objetivos de las relaciones públicas.
- Diferencia los distintos públicos objetivos de las relaciones públicas.
- Distingue entre las diferentes técnicas de las relaciones públicas.
- Planifica y programa las acciones de las relaciones públicas.

3. Criterios de evaluación

- Se ha descrito en qué consisten las relaciones públicas.
- Se han distinguido entre los distintos públicos a los que se dirigen las relaciones públicas.
- Se han definido los objetivos que persiguen las relaciones públicas.
- Se ha diferenciado entre las distintas técnicas de relaciones públicas.
- Se han identificado las fases de la programación de las acciones de las relaciones públicas.