



PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO

MD75010205RG

Rev. 0

Página 1 de 29



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

AENOR



Empresa Registrada

UNE-EN ISO 9001



PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO

CURSO: 2016 /2017

CICLO FORMATIVO

ACTIVIDADES COMERCIALES

MODULO

DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

TEMPORALIZACIÓN

HORAS ANUALES

HORAS SEMANALES

160

5

PROFESORADO QUE LA IMPARTE

ESTHER RUIZ DE LEÓN LORIGA

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

1.- OBJETIVOS ASOCIADOS AL MÓDULO: DINAMIZACION DEL PUNTO DE VENTA.

A partir de aquí, la programación del módulo de Dinamización del punto de venta asume los objetivos concretos fijados en el currículo del Ciclo Formativo correspondiente, establecidos en la normativa oficial de la comunidad autónoma, y que se alcanzarán a través de la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo. Estos resultados de aprendizaje se adquirirán mediante la asimilación de los contenidos, que distribuiremos en unidades de trabajo, y que estarán contrastados en función de los criterios de evaluación que se fijarán para cada una de ellas. La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales siguientes:

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.

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 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.

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL MÓDULO

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias siguientes:

c) 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.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos 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.

n) 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.

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

p) 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.

q) 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.

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

2.- BLOQUES TEMÁTICOS

Bloque temático Nº 1	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
INTRODUCCIÓN AL MÓDULO	0	Explicación del contenido global del módulo, actividades, criterios de corrección y evaluación.	2	X		
Dinamización del punto de venta.	1	La distribución comercial, merchandising y el consumidor.	15	X		

Bloque temático Nº 2	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
Políticas de comunicación	2	Políticas de comunicación	8	X		

Bloque temático Nº 3	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
Organización y diseño del punto de venta.	3	Elementos exteriores del punto de venta. El escaparate	10	X		
	4	Técnicas de escaparatismo.	10	X		
	5	El montaje de un escaparate.	20	X		

Bloque temático Nº 4	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
Organización y diseño del interior del punto de venta	6	Organización de la superficie comercial.	20		X	
	7	El surtido	15		X	
	8	El lineal	15		X	
	9	Análisis de las acciones de merchandising	10		X	

Bloque temático Nº 5	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
La publicidad en el lugar de venta.	10	La publicidad en el lugar de venta.	10			X

Bloque temático N° 6	N°	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre 1º 2º 3º		
Las promociones de ventas	11	La promoción de ventas	20			X

Bloque temático N° 7	N°	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre 1º 2º 3º		
Las relaciones públicas	12	Las relaciones públicas.	5			X

3. METODOLOGÍA.

A) METODOLOGÍA DIDÁCTICA:

En todas las unidades en las que se han estructurado los contenidos, se tratará de hacer una exposición inicial, intentando conseguir la participación de los alumnos, dando respuesta al caso práctico inicial y después realizando actividades.

1. Se comienza la unidad con **una introducción** en la cual indicaremos que queremos aprender con los contenidos de esa unidad de trabajo, los objetivos y la presentación de un guión o esquema de la unidad y como se va a evaluar dicha unidad de trabajo.
2. El profesor explica los contenidos haciendo hincapié en los **puntos más importantes** y resumiendo aquellos aspectos que resultan fundamentales, tanto en los conceptos, como aquellas partes que serán importantes a la hora de las aplicaciones.
3. El profesor plantea las **actividades a realizar**. Esto se puede hacer al final de los contenidos o en paralelo a las explicaciones conceptuales. Se procurará que en las actividades o ejercicios de cálculo más simples los alumnos trabajen de forma individual, pero para los más complejos se podrán agrupar en equipos de trabajo (por parejas).
4. Los alumnos realizan esas actividades y el profesor actúa como fuente de información, aclara dudas y comprueba el resultado de dichas actividades. Es interesante llevar a cabo **diferentes tipos de actividades**. También será conveniente proponer diferentes tipologías de actividades teóricas, prácticas, de búsqueda o consulta de información, etc.
5. Se repasan los contenidos básicos de la unidad y se explican las presentaciones de trabajos y realización de pruebas o controles correspondientes.
6. Se utilizará la plataforma moodle en la que estarán algunos temas y todas las actividades que el alumno debe realizar. Otros temas estarán en papel y todos se explicarán utilizando casos prácticos.
7. Se realizaran comentarios y trabajos para que el alumno mejore su expresión escrita.
8. Visualización de películas y videos que ilustren lo temas tratados.
9. Se realizaran actividades en las que el alumno deberá hablar en público para mejorar su expresión oral.

B) METODOLOGÍA ORIENTADA A LA MEJORA LINGÜÍSTICA

La metodología didáctica estará orientada a la mejora de la competencia lingüística, para ello el departamento acordó en la reunión del 13 de octubre:

- Restar 0,1 punto por cada falta de ortografía en los exámenes realizados durante el curso de tal forma que el alumno preste atención a la hora de escribir en los mismos, los profesores insistirán en este punto durante la realización del examen.
- Se tendrán en cuenta los libros que el alumno lea durante el curso.
- Asimismo los alumnos tendrán que exponer ante el profesor y sus compañeros los trabajos que realicen, para mejorar su expresión oral.

C) METODOLOGÍA ORIENTADA AL APRENDIZAJE COOPERATIVO Y EDUCACIÓN INCLUSIVA.

Se aplicarán técnicas de aprendizaje cooperativo para potenciar el aprendizaje de todos los alumnos y facilitar la participación activa, la integración y la interacción entre ellos. Para llevar a cabo este tipo de aprendizaje los alumnos se distribuirán en pequeños equipos de trabajo para ayudarse y animarse mutuamente a la hora de realizar algunas actividades.

Al principio de curso se realizarán dinámicas que fomenten la cohesión del grupo como:

- Grupo nominal
- La pelota
- La entrevista
- La maleta etc

Posteriormente insistiremos en el trabajo en equipo fomentando la participación equitativa y la interacción entre los estudiantes. Para ello utilizaremos algunas estructuras cooperativas tanto simples como complejas:

- La lectura compartida
- 1-2-4
- Parada de tres minutos
- Lápices al centro
- Rompecabezas
- Grupos de investigación etc

4.- EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN

La evaluación requiere realizar unas observaciones de manera sistemática, que permitan emitir un juicio sobre el rumbo del proceso de enseñanza aprendizaje, los instrumentos utilizados para ello deben ser variados y podrán incluir:

- Preguntas orales en clase.
- Realización, entrega y exposición de cuestiones, actividades, ejercicios...
- Asistencia y participación en clase.
- Pruebas escritas.
- Modo de enfrentarse a las tareas, refuerzos eficaces, nivel de atención, interés por la materia, motivación, etc.
- Exposición ante el profesor y sus compañeros de los trabajos realizados.
- Uso de la plataforma Moodle.

4.1.- VALORACIÓN DE LOS CONTENIDOS

EVALUACIÓN DE CONTENIDOS	PORCENTAJE
Pruebas escritas teórico-prácticas	70%
Procedimientos: Trabajo en clase, casa, aplicación práctica de conocimientos plasmándolos en trabajos, etc	30% (excepto tercer parcial que será un 10%)
Trabajo final con exposición oral.	20% (sólo en el tercer parcial)

4.2.- MEDIDAS DE RECUPERACIÓN

4.2.a En las evaluaciones.

La nota de cada parcial será la nota obtenida en las actividades (máximo 3 puntos). más el 70% de la nota media de los exámenes y/o pruebas realizados en el trimestre, que podrán ser presenciales o no presenciales o a través de la plataforma Moodle, siempre y cuando la nota sea superior a 4 en cada uno de los exámenes de cada parcial y el alumno tenga entregadas como mínimo el 80 % de las actividades realizadas durante el trimestre (máximo 3 puntos).

Para obtener el valor de cada actividad, se dividirá los 3 puntos destinados a este apartado, entre el número de actividades realizadas en el trimestre. Si una actividad es calificada como supera lo esperado (SE), ésta será valorada, con el valor total de la actividad; si la actividad es calificada como satisfactoria (S), ésta será valorada, con la mitad del valor de la actividad y si la actividad es calificada como no satisfactoria (NS), su valor será (0) cero. Por cada actividad no realizada o no presentada, el alumno tendrá una penalización de 0,1 punto.

Si en alguno de los exámenes realizados en el parcial, obtiene una nota inferior a 4,5 o no tiene entregadas el 80% de las actividades, la calificación que aparecerá en ese parcial será como máximo de 4 y tendrá que recuperar todo el parcial en la convocatoria ordinaria entregando aquellas actividades no entregadas en las fechas indicadas de dicho parcial.

4.2.b.- Para convocatoria ordinaria:

Los alumnos con un parcial pendiente de recuperar, podrán presentarse a la prueba ordinaria con la totalidad del parcial, independientemente de los temas que haya podido aprobar. Esta prueba se realizará en el mes de junio. Para presentarse a la prueba final, los alumnos deberán presentar todos los trabajos y actividades realizadas del trimestre a recuperar.

Si un alumno suspende una sola evaluación, recuperará únicamente la evaluación suspensa, pero aquellos alumnos que tengan pendientes los dos parciales, tendrán que presentarse a la prueba ordinaria con la totalidad del módulo, siendo la nota máxima de 5 puntos, para aquellos alumnos que recuperen.

La calificación de la evaluación ordinaria es la media de las calificaciones de todos los parciales aprobados, o en caso contrario, de la/s recuperación/es.

Asimismo, los alumnos que deban ir a la convocatoria ordinaria con algún parcial pendiente tendrán la obligación de asistir a clase, al menos al 50% de las horas semanales del módulo, desde el 15 de marzo hasta la fecha de la prueba ordinaria de junio, en caso contrario, el profesor podrá optar por no admitirlo al examen.

Los alumnos que hayan superado todos los parciales podrán asistir a clase para subir nota y realizarán un trabajo general de toda la materia o el examen de la prueba ordinaria de Junio, pudiendo subir hasta un máximo de dos puntos la media obtenida en los parciales, en el caso de realizar el examen y no alcanzar la nota media obtenida en los parciales, la nota final será la media de los parciales, no teniendo en cuenta la nota de la prueba final.

4.3.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación van asociados a los resultados de aprendizaje de la siguiente manera:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
RA1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.	<ul style="list-style-type: none">a) Se han identificado los trámites oportunos para la obtención de licencias y autorizaciones de elementos externos en la vía pública.b) Se han dispuesto los elementos de la tienda, mobiliario y exposición, según las necesidades de la superficie de venta.c) Se han determinado las principales técnicas de Merchandising que se utilizan en la distribución de una superficie de venta.d) Se han definido las características de una zona fría y de una zona caliente en un establecimiento comercial.e) Se han determinado métodos para reducir barreras psicológicas y físicas de acceso al establecimiento comercial.f) 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.g) Se han descrito los criterios que se utilizan en la distribución lineal del suelo por familia de productos, explicando ventajas e inconvenientes.h) Se ha identificado la normativa de seguridad e higiene vigente referida a la distribución en planta de una superficie comercial.
RA2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.	<ul style="list-style-type: none">a) Se han delimitado las dimensiones del surtido de productos.b) Se ha establecido el número de referencias según características de los productos, espacio disponible y tipo de lineal.c) Se han realizado simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial.d) Se han analizado los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.e) Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente.f) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y

	<p>posición.</p> <p>g) Se han interpretado planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.</p> <p>h) Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.</p>
RA3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.	<p>a) Se ha animado y decorado el establecimiento según la planificación anual, dinamizándolo según la política comercial del establecimiento.</p> <p>b) Se ha realizado papelería según el libro de estilo corporativo de un establecimiento.</p> <p>c) Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor.</p> <p>d) Se han elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética.</p> <p>e) 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>f) Se han utilizado programas informáticos de edición, realizando carteles para el establecimiento.</p> <p>g) Se han montado los elementos decorativos en condiciones de seguridad y prevención de riesgos laborales.</p>
RA4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.	<p>a) Se ha analizado un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de establecimientos comerciales.</p> <p>b) Se han explicado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas utilizadas en escaparatismo.</p> <p>c) Se han argumentado las funciones y objetivos que puede tener un escaparate.</p> <p>d) Se han definido los criterios de valoración del impacto que puede producir un escaparate en el volumen de ventas.</p> <p>e) Se han especificado los criterios de selección de los materiales que se van a utilizar y el presupuesto disponible.</p> <p>f) Se han definido los criterios de composición y montaje de los escaparates, atendiendo a criterios comerciales.</p> <p>g) Se han diseñado escaparates, aplicando los métodos adecuados y las técnicas precisas, según un boceto.</p> <p>h) Se han montado escaparates con diferentes objetivos comerciales.</p>
RA5. Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la	<p>a) Se han descrito los distintos medios promocionales que habitualmente se utilizan en un pequeño establecimiento comercial.</p>

<p>venta y para la captación y fidelización de clientes.</p>	<p>b) Se han enumerado las principales técnicas psicológicas que se aplican en una acción promocional.</p> <p>c) Se han considerado las situaciones susceptibles de introducir una acción promocional.</p> <p>d) Se han programado, según las necesidades comerciales y el presupuesto, las acciones más adecuadas.</p> <p>e) Se ha seleccionado la acción promocional más adecuada para los diferentes objetivos comerciales.</p>
<p>RA6. Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.</p>	<p>a) Se ha establecido el procedimiento de obtención del valor de los ratios de control.</p> <p>b) Se han descrito los instrumentos de medida que se utilizan para valorar la eficacia de una acción promocional.</p> <p>c) Se han calculado los ratios que se utilizan para el control de las acciones de merchandising.</p> <p>d) Se ha evaluado la eficacia de la acción promocional, utilizando los principales ratios que la cuantifican.</p> <p>e) Se han realizado informes, interpretando y argumentando los resultados obtenidos.</p>

4.4.- PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

a) PRUEBAS ESCRITAS

Las pruebas escritas que podrán ser presenciales o no (a través de la plataforma Moodle) formarán el 70% de la nota de la evaluación. Estarán formadas por preguntas de razonamiento en las que el alumno tendrá que relacionar los contenidos de cada tema y preguntas concretas referidas al tema, así como el valor de minoración de las faltas de ortografía (0,1 por cada falta de ortografía hasta un máximo de 2 puntos).

b) ASISTENCIA A CLASE

Según el R.O.F. de este Centro, el alumnado tendrá derecho a ser evaluado siempre que asista a clase un mínimo del 80% del total de horas lectivas del módulo.

En el caso de que la asistencia del alumno/a sea inferior al establecido, éste perderá el derecho a la evaluación por parciales y se le calificará en los distintos parciales como máximo, con un cuatro o no apto.

c) COMPORTAMIENTO,

Un comportamiento inadecuado por parte de los alumnos/as, falta de interés, falta de participación en clase, no trabajar en clase ni en casa, así como no traer a clase el material escolar, llevará consigo la toma de medidas disciplinarias, que pueden llegar, si la conducta persiste, a la expulsión de clase, en cuyo caso se reflejará como falta de asistencia, con las consecuencias que aparecen en el punto anterior.

d) ACTIVIDADES

Las actividades realizadas en clase o a través de la plataforma moodle tendrán un valor conjunto de hasta 3

puntos. Dependiendo del número de actividades realizadas la valoración cambiará por ejemplo si en un parcial se realizan 10 actividades cada una de ellas tendrá un valor de 0,3, puntos si está valorada como que supera lo esperado, 0,15 si es valorada como satisfactoria y 0 si es no satisfactoria.

Al final del tercer parcial se hará un trabajo en común con otros módulos para que el alumno tenga una visión integral de todos los contenidos estudiados durante el curso.

Este trabajo será en grupo y se expondrá en el aula. Por este motivo en el segundo parcial las **actividades** tendrán un valor de **1 punto** y el **trabajo final** hasta un máximo de **2 puntos**.

El profesor tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

- Aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos previamente.
- Utilización correcta de los equipos y materiales específicos.
- Realización del trabajo de forma sistemática siguiendo un orden lógico de operaciones.
- Presentación de los resultados en fechas previstas con anterioridad.
- Destreza.
- Tiempo empleado.
- Resultado final del proceso del trabajo
- Presentación física del trabajo.
- Capacidad de exposición del trabajo.

4.5.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los criterios de calificación son los descritos en el apartado 4.1 y desarrollados en los apartados siguientes.





- En cada una de las pruebas escritas constará siempre la forma de calificar y la valoración de cada una de las preguntas y partes del examen.
- En todas las pruebas escritas las faltas de ortografía restan 0,1 por cada una de ellas, hasta un máximo de 2 puntos.
- Una nota con decimales igual o superior a $_ ,5$ se redondeará hacia arriba de tal modo que 4,5 equivale en la evaluación a 5.

5.- MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

- Libro de texto: ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA. Editorial: Mc Graw Hill
- Revistas y/o vídeos de : Decoración Comercial Escaparatismo y montaje de tiendas, distribución de espacios comerciales, mobiliario comercial, etc.
- Artículos de Revistas diversas sobre visual y merchandising.
- Equipos y Programas informáticos
- Pizarra.
- Proyector.
- Apuntes tomados por los alumnos de la explicación en clase.
- Tutoriales y links de los temas tratados en clase.
- Plataforma Moodle para la realización de algunas actividades.

6. PREVENCIÓN RIESGOS LABORALES

(Para aquellos departamentos de Familia Profesional con módulos donde esto se justifique)

	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO					
	MD75010205RG	Rev. 0	Página 14 de 29			

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO					
EVALUACIÓN PRIMERA		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 65					
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 1			RA1	f,m,n,ñ,o,p,q,	a-h
LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y EL CONSUMIDOR CONTENIDOS: <ul style="list-style-type: none"> • La distribución comercial- • Formas de distribución comercial: Distribución comercial con establecimiento con contacto y sin contacto; distribución sin establecimiento comercial con contacto y sin contacto. • La distribución del futuro • El merchandising: Técnicas y tipos de merchandising y merchandising y el cliente. • Determinantes del comportamiento del consumidor: fases en el proceso de decisión de compra. • Comportamiento del cliente en el punto de venta: tipos de compra. 					
Nº horas teóricas: 8	Nº horas prácticas: 7				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen. - Búsqueda de diferentes comercios y clasificarlos, así como de diferentes tipos de clientes. - Test de comprensión - Actividades y casos prácticos a través de la plataforma moodle. 					

EVALUACIÓN PRIMERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 65						
<p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 2</p> <p>INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La información y 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 			i, j, q-w	RA3	f,m,n,ñ,o,p,q	a-g
Nº horas teóricas: 3	Nº horas prácticas: 5	Total horas UD2: 8				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen. - Búsqueda de diferentes tipos de publicidad y anuncios y clasificarlos según el medio utilizado y según tipo de comunicación - Test de comprensión - Actividades de refuerzo y casos prácticos, a través de la plataforma moodle, relacionados con el tema. 						

EVALUACIÓN PRIMERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 65						
<p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 3</p> <p>ELEMENTOS EXTERIORES DEL PUNTO DE VENTA: EL ESCAPARATE</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementos exteriores: rótulo, entrada y escaparate. • Escaparate virtual • Planificación del escaparate: cronograma. • Medidas de análisis del escaparate. • Percepción y memoria selectiva. • Presupuesto de los escaparates 			i, j, q-w	RA4	f,m,n,ñ,o,p,q	a-h
Nº horas teóricas: 4	Nº horas prácticas: 6	Total horas UD3: 10				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Visualización de vídeos explicativos de los elementos exteriores de un establecimiento comercial. - Proyección de fotografías de diferentes tipos de escaparates indicando las peculiaridades y posteriormente clasificarlo e identificando la imagen corporativa de la empresa. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen.. - Test de comprensión - Actividades de refuerzo y casos prácticos, a través de la plataforma moodle, relacionados con el tema. 						

EVALUACIÓN PRIMERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 65						
<p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 4</p> <p>TÉCNICAS DE ESCAPARATISMO.</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El proceso de diseño de un escaparate. Introducción. • Fases del proceso de diseño de un escaparate. 			i, j, q-w	RA4	f, m-q	a-h
Nº horas teóricas: 3	Nº horas prácticas: 7	Total horas UD4: 10				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Visualización de vídeos explicativos de las diferentes fases en el montaje de un escaparate. - Proyección de fotografías de diferentes tipos de escaparates indicando las peculiaridades y posteriormente clasificarlo e identificando la imagen corporativa de la empresa. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen. - Test de comprensión - Actividades de refuerzo y casos prácticos, a través de la plataforma moodle, relacionados con el tema. 						

EVALUACIÓN PRIMERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 65						
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 5 EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE CONTENIDOS: <ul style="list-style-type: none"> • El proceso de montaje. Planificación.: ejecución del montaje y control. • Herramientas, materiales y técnicas: herramientas y vestuario del escaparatista; materiales utilizados y técnicas. • Accesorios del escaparate: el maniquí; los expositores; la iluminación y la seguridad del montaje. 			i, j, q-w	RA4	f, m-q	a-h
Nº horas teóricas: 5	Nº horas prácticas: 15	Total horas UD5: 20				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Visualización de vídeos mostrando los diferentes accesorios que se pueden utilizar en el montaje de un escaparate. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen. - Test de comprensión - Actividades de refuerzo y casos prácticos, a través de la plataforma moodle, relacionados con el tema. 						

EVALUACIÓN SEGUNDA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 60						
<p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 6</p> <p>ORGANIZACIÓN DE LA SUPERFICIE COMERCIAL</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 la zona y encargado del merchandising en tienda. 			i, j, q-w	RA1	f, m-q	b-h
Nº horas teóricas: 7	Nº horas prácticas: 8	Total horas UD6: 20				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Visualización de vídeos mostrando los diferentes accesorios que se pueden utilizar en el montaje de un escaparate. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen. - Test de comprensión - Actividades de refuerzo y casos prácticos, a través de la plataforma moodle, relacionados con el tema. 						

EVALUACIÓN SEGUNDA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 60						
<p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 7</p> <p>EL SURTIDO.</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de surtido: objetivos y características. • La estructura del surtido: departamentos; secciones; categorías; familias, subfamilias y referencias. • Clasificación de los tipos de surtido. • Dimensiones del surtido. • Cualidades del surtido: coherencia, dinamismo, rentabilidad, trazabilidad. • Selecciones de las referencias. • Suspensión de las referencias. • Determinación del surtido. • Codificación del surtido: ventajas, tipos de codificación, código de barras y tecnología RFID. 			i, j, q-w	RA2	f,m,n,ñ,o,p,q	b-h
Nº horas teóricas: 7	Nº horas prácticas: 12	Total horas UD7: 15				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Visualización de diferentes vídeos dónde se muestre el surtido del establecimiento y su clasificación. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen. - Test de comprensión - Actividades de refuerzo y casos prácticos, a través de la plataforma moodle, relacionados con el tema. 						

EVALUACIÓN SEGUNDA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 60						
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 8						
EL LINEAL CONTENIDOS: <ul style="list-style-type: none"> • El lineal: el facing del producto. • Zonas y niveles del lineal: valoración del nivel. • Implantación de los productos en el lineal: asignación del lineal a los productos mediante el método de reaprovisionamiento; determinación del lineal mínimo y del lineal máximo. • Disposición de los productos en el lineal. • Utilización de programas informáticos de gestión de espacios. • El lineal virtual. 						
Nº horas teóricas: 5	Nº horas prácticas: 10	Total horas UD8: 15				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Búsqueda de programas informáticos de gestión de espacios. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen. - Test de comprensión - Actividades de refuerzo y casos prácticos, a través de la plataforma moodle, relacionados con el tema. 						

EVALUACIÓN SEGUNDA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 60						
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 9 ANÁLISIS DE LAS ACCIONES DE MERCHANDISING CONTENIDOS: <ul style="list-style-type: none"> Las acciones de merchandising. Acciones relativas al producto: margen bruto comercial, ventas netas, beneficio bruto, índice de rotación, índice del lineal, rentabilidad del lineal, coeficiente de rentabilidad, índice de atracción. Acciones relativas al punto de venta: índice de circulación, índice de atracción, índice de compra, rentabilidad del punto de venta. Beneficio directo del producto o direct product profitability: creación de la matriz portfolio. Aplicaciones informáticas. 			i, j, q-w	RA6	f, m-q	a-e
Nº horas teóricas: 2	Nº horas prácticas: 8	Total horas UD9: 10				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Búsqueda de programas informáticos de gestión de espacios. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen. - Test de comprensión - Actividades de refuerzo y casos prácticos, a través de la plataforma moodle, relacionados con el tema. - Búsqueda de programas informáticos para llevar el control de las diferentes acciones de merchandising. 						

EVALUACIÓN TERCERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS TERCERA EVALUACIÓN: 35						
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 10						
LA PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA						
CONTENIDOS:						
<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad: objetivos, características y funciones de la PLV; formas de la PLV. • Carteles: carteles de precio; elaboración de los carteles de precio; colocación de los carteles de precio y rotulación. • Packaging. 			i, j, q-w	RA3	f,m,n,ñ,q	d-g
Nº horas teóricas: 3	Nº horas prácticas: 7	Total horas UD10: 10				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Realización de carteles de información, publicidad e información utilizando diferentes aplicaciones y programas informáticos. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen. - Test de comprensión - Actividades de refuerzo y casos prácticos, a través de la plataforma moodle, relacionados con el tema. 						

EVALUACIÓN TERCERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS TERCERA EVALUACIÓN: 35						
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 11						
LAS PROMOCIONES DE VENTA						
CONTENIDOS:						
<ul style="list-style-type: none"> • La promoción. Concepto y objetivos y la planificación de las promociones. • Legislación y clasificación de las promociones. • Ratios de control y eficacia de las acciones promocionales: ROI; elasticidad de la promoción; ratios. 			i, j, q-w	RA5	f, m-q	a-e
Nº horas teóricas: 8	Nº horas prácticas: 12	Total horas UD11: 20				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Realizar la simulación de todo el proceso de una promoción de ventas - Realizar un catálogo en papel de una promoción propuesta por el profesor/a. - Búsqueda a través del ordenador de la legislación global y local de promociones de ventas. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen. - Test de comprensión - Actividades de refuerzo y casos prácticos, a través de la plataforma moodle, relacionados con el tema. 						

EVALUACIÓN TERCERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS TERCERA EVALUACIÓN: 35						
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 12 LAS RELACIONES PÚBLICAS CONTENIDOS: <ul style="list-style-type: none"> • 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 			i, j, q-w	RA5	c, f, i, q-s	a
Nº horas teóricas: 2	Nº horas prácticas: 3	Total horas UD12: 5				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Búsqueda on line de notas, comunicados de prensa, fotografías de ferias y congresos, etc. - Realización del resumen de la UD como práctica de comprensión y capacidad de resumen. - Test de comprensión - Actividades de refuerzo y casos prácticos, a través de la plataforma moodle, relacionados con el tema. 						

ANEXO 1: ANEXO DE PROGRAMACIÓN DE FP DUAL

MÓDULO PROFESIONAL DE DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA		
FORMACIÓN INICIAL (12 semanas de septiembre a diciembre)		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>RA4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las funciones de los elementos exteriores del punto de venta. • Diferenciar los tipos de escaparates que existen. • Planificar el diseño de un escaparate. • Medir la eficacia de un escaparate. • Interpretar la normativa relacionada con los escaparates. • Diseñar un escaparate. • Aplicar técnicas compositivas de diseño de escaparates. • Seleccionar la forma de iluminar más adecuada para un determinado diseño. • Realizar bocetos y maquetas de escaparates. • Planificar el montaje de un escaparate. • Realizar un cronograma del montaje del escaparate. • Elegir el tipo de luces más adecuado para el escaparate. • Interpretar la normativa relativa a la seguridad en el montaje de escaparates. 	<p>RA4.: Los apartados: a), b), c), d), e), f), g), h), citados anteriormente.</p>

FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN LA EMPRESA: LEROY MERLIN
(20 semanas de 11 de enero a 30 de mayo)

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>RA1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.</p> <p>RA2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.</p> <p>RA3. Realiza trabajos de decoración, señaliza, rotulación y cartelera, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.</p> <p>RA5. 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>Gestión Física del punto de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener los pasillos limpios y despejados. • Reponer la mercancía. • Realizar el facing de sus pasillos. • Garantizar el limpio de las exposiciones, los lineales, pasillos y puntos de consejo. <p>Gestión operativa del punto de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener las fichas técnicas en buen estado. Revisar y completar el balizaje (Conjunto de informaciones visuales que se presentan al cliente para ayudarlo a realizar la compra) diariamente. • Colocar y mantener los elementos de pedagogía cliente y balizaje informativo de la sección. 	<p>RA1. : Los apartados: a), b), c), d), e), f), g), h), citados anteriormente.</p> <p>RA2.: Los apartados: a), b), c), d), e), f), g), h), citados anteriormente.</p> <p>RA3.: Los apartados: a), b), c), d), e), f), g), citados anteriormente.</p> <p>RA5.: Los apartados: a), b), c), d), e), citados anteriormente.</p>

**FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN EL CENTRO EDUCATIVO
(20 semanas de 11 de enero a 30 de mayo)**

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>RA1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad de higiene.</p> <p>RA2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.</p> <p>RA3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelera, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.</p> <p>RA5. 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>RA6. Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.</p>	<p>Gestión Física del punto de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y analizar implantaciones de salas de ventas y cálculo del COS. • Analizar los mecanismos que influyen sobre los flujos y la velocidad de la circulación. • Distinguir los tipos de equipamiento comercial. <p>Gestión del producto en el punto de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apreciar la relevancia del surtido. • Diferenciar entre amplitud, anchura y profundidad del surtido. • Decidir qué referencias suprimir. • Considerar diferentes métodos de determinación del surtido. • Reconocer los diferentes tipos de codificación. • Conocer las características de las distintas herramientas promocionales. • Planificar una acción promocional adecuadamente. • Analizar la eficacia de las acciones promocionales. • Interpretar la normativa legal que regula la promoción de ventas. <p>Gestión del espacio en el punto de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el lineal y número de facing 	<p>RA1. : Los apartados: a), b), c), d), e), f), g), h), citados anteriormente.</p> <p>RA2.: Los apartados: a), b), c), d), e), f), g), h), citados anteriormente.</p> <p>RA3.: Los apartados: a), b), c), d), e), f), g), citados anteriormente.</p> <p>RA5.: Los apartados: a), b), c), d), e), citados anteriormente.</p> <p>RA6: Los apartados: a), b), c), d), e), citados anteriormente.</p>

	<p>asignado a un producto.</p> <ul style="list-style-type: none">• Determinar el lineal mínimo y óptimo de un producto.• Analizar el lineal virtual de una empresa• Valorar la necesidad de realizar análisis sobre la implantación con el objetivo de aumentar la rentabilidad del punto de venta.• Interpretar resultados y adoptar modificaciones de implantación acordes a los mismos. <p>Publicidad en el punto de venta:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diferenciar los tipos de PLV.• Distinguir los tipos de carteles.• Diseñar carteles utilizando diferentes técnicas gráficas y de rotulación.• Realizar distintos tipos de packaging.	
--	---	--