

 GOBIERNO DE ESPAÑA		 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	
 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN		 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	
PLANIFICACIÓN		IES VIRGEN DEL CARMEN	
DOCENTE		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com	
PROGRAMACIÓN			
MD850202	Rev.7	06/09/23	Página 1 de 43

**IESCA**
INSTITUTOS de EDUCACIÓN
SECUNDARIA de CALIDAD de ANDALUCÍA



MÓDULO:

DINAMIZACIÓN DEL
PUNTO DE VENTA

CURSO:

2024/2025

DEPARTAMENTO

COMERCIO Y
MARKETING

CICLO FORMATIVO

ACTIVIDADES
COMERCIALES

PROFESORES

MANUELA MORENO
MONTORO

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	3
1.1.	PRESENTACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL	4
1.2.	MARCO LEGISLATIVO.....	4
1.3.	ENTORNO PROFESIONAL DEL TÍTULO	6
2.	CONTEXTO.....	7
2.1.	CONTEXTO SOCIOECONÓMICO	7
3.	PERFIL PROFESIONAL.....	8
3.1.	COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO	8
3.2.	COMPETENCIAS PROFESIONALES PARA LA EMPLEABILIDAD	8
4.	OBJETIVOS.....	12
4.1.	OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO QUE SE TRABAJAN EN EL MÓDULO.....	12
4.2.	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	16
5.	CONTENIDOS.....	17
5.1.	TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS	17
5.2.	SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS	18
5.3.	ELEMENTOS TRANSVERSALES DEL CURRÍCULO	22
6.	METODOLOGÍA.....	24
6.1.	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	24
6.2.	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	25
6.3.	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	25
6.4.	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	27
6.5.	MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	27
6.6.	BIBLIOGRAFÍA.....	29
7.	EVALUACIÓN	29
7.1.	¿QUÉ, CUÁNDO Y CÓMO EVALUAR ?	30
7.2.	CALIFICACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	37
7.3.	RECUPERACIÓN Y MEJORA DE CALIFICACIÓN.....	43
8.	ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	43

1. INTRODUCCIÓN

En el contexto del actual sistema educativo (LOMLOE, Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre), la programación es la planificación del proceso de enseñanza y el aprendizaje. Es decir, programar es planificar, concretar y secuenciar los distintos elementos curriculares, partiendo de la normativa propuesta por la administración educativa, en el marco de la autonomía pedagógica a través de la herramienta de planificación docente, reguladas por el Decreto 327/2010 (Plan de Centro: Proyecto Educativo, Proyecto de Gestión y ROF).

Una programación minimiza la necesidad de improvisación en el aula y evita el azar a la vez que atiende a las necesidades y características específicas del alumnado.

La eficacia de la programación didáctica como instrumento de planificación de la actividad en el aula dependerá de la adecuación al contexto, la concreción al currículo oficial, el nivel de flexibilidad que presenta y que sea factible, es decir, viable.

La finalidad de esta programación será la consecución de las capacidades propuestas en los objetivos del currículo y la adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales.

Por lo tanto, esta programación de 1º del Ciclo de Grado Medio de Actividades Comerciales, del módulo de DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA, se ha realizado de acuerdo con los objetivos y contenidos de la normativa vigente.

La programación educativa se concreta en tres niveles denominados niveles de concreción curricular que, según la propuesta de César Coll (2012), son los siguientes:

- Currículo: Es dado por la administración educativa.
- Programación Didáctica: Se incluye en el Proyecto Educativo y hace referencia a las líneas generales de programación para el curso.
- Programación de aula: Es la concreción y secuenciación del currículo a nivel de aula, pormenoriza los elementos curriculares y establece los ejercicios, actividades y tareas a desarrollar.

En los distintos niveles de programación se debe tener en cuenta las fuentes epistemológica, sociológica, pedagógica y psicológica.

En esta programación didáctica se desarrollan objetivos, contenidos, competencias profesionales, personales y sociales, metodología, criterios de evaluación y resultados de aprendizaje evaluables, así como la atención a la diversidad y a las necesidades específicas de apoyo educativo.

1.1. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL

Esta programación didáctica estructura la enseñanza correspondiente al módulo de DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA correspondiente al 1^{er} curso del ciclo de Actividades Comerciales.

Dicho ciclo de formación profesional tiene una duración de 2.000 horas.

Este ciclo formativo dispone de una organización modular. El módulo de Financiación Internacional se imparte en el primer curso. Dispone de una carga lectiva de 128 horas que se distribuyen a razón de 4 horas semanales.

1.2. MARCO LEGISLATIVO

La Constitución Española de 1978 establece en su artículo 27 el derecho universal a la educación que queda también regulado en la Ley Orgánica del Derecho a la Educación (LODE,1985). Asimismo, el Estatuto Andaluz del 2007 garantiza a través del artículo 21 que esta educación será permanente y de carácter compensatorio. Sobre estas bases, el Sistema Educativo se ordena a través de la Ley de Educación LOMLOE, Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, que se publicó en el BOE de 30 de diciembre de 2020 y por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación (LOE), modificada por la Ley Orgánica 8/2013 de Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE). En el caso concreto de Andalucía, esta concreción se hace a través de la Ley de Educación de Andalucía) y deroga la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de Cualificaciones y Formación Profesional, poniendo en marcha el Catálogo Nacional de Estándares de Competencia, desarrollada por el RD 1128/2003, modificado por el RD 1416/2005.

Esta programación se basa también en el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional y en la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional, a través de las cuales se ha producido una reforma de la Formación Profesional. El Ciclo Formativo de Actividades Comerciales queda regulado por:

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

- ORDEN de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales (BOJA 16-09-2015).

Entre otras cosas, el Real Decreto del título nos muestra las Unidades de Competencia (equivalentes a “Estándares de Competencia” según Ley Orgánica 3/2022) que se trabajarán en el ciclo formativo, de modo que se relacione de forma efectiva con el mundo laboral. Este es uno de los grandes objetivos del nuevo sistema de la Formación Profesional que pretende que la formación se entienda como una actividad que se desarrolla a lo largo de toda la vida y que se adapta a las situaciones concretas del individuo.

Los estándares de competencia se podrán conseguir desde el mundo laboral, a través de los certificados profesionales o desde cualquiera de los subsistemas de la Formación Profesional: la formación profesional del sistema educativo, que es donde nosotros trabajamos, y la formación profesional para el empleo.

Vigencia del actual Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales. Hasta que no se proceda al desarrollo reglamentario de lo previsto en la Ley Orgánica 3/2022, en relación con el Catálogo Nacional de Estándares de Competencias Profesionales y el Catálogo Modular de Formación Profesional, mantendrá su vigencia la ordenación del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales recogida en el Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre. (Disposición transitoria tercera de la Ley Orgánica 3/2022).

Recapitulando, el ciclo formativo de Actividades Comerciales queda regulado por:

- Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- ORDEN de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales (BOJA 16-09-2015).

- Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Resolución de 26 de junio de 2024, de la dirección general de formación profesional, por la que se dictan instrucciones para regular aspectos relativos a la organización ya al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación profesional

Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional

Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.

1.3. ENTORNO PROFESIONAL DEL TÍTULO

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes en los que desarrollarán su actividad profesional los alumnos/as que cursen este ciclo, según lo dispuesto en la normativa que lo regula son las siguientes:

- Vendedor
- Vendedor/a técnico/a.
- Representante comercial.
- Orientador/a comercial.
- Promotor/a.
- Televendedor/a.
- Venta a distancia.
- Teleoperador/a (*call center*).

- Información/atención al cliente.
- Cajero/a o reponedor/a.
- Operador de *contact-center*.
- Administrador de contenidos online.
- Comerciante de tienda.
- Gerente de pequeño comercio.
- Técnico en gestión de stocks y almacén.
- Jefe de almacén.
- Responsable de recepción de mercancías.
- Responsable de expedición de mercancías.
- Técnico en logística de almacenes.
- Técnico de información/atención al cliente en empresas.

2. CONTEXTO

Una de las características de la ley educativa, es que se proporciona autonomía pedagógica a los centros educativos para adaptar la enseñanza de los ciclos formativos a la realidad social y económica del centro donde se impartirán.

Si bien el contexto socioeconómico se trata ampliamente en el Proyecto Educativo, se señala en este apartado el marco socioeconómico, así como el tipo de alumnado al que se dirige esta programación didáctica.

2.1. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

El actual modelo curricular, abierto y flexible, posibilita adecuar la programación didáctica a distintos contextos educativos teniendo en cuenta las características del entorno escolar del Centro y de los alumnos y alumnas.

Esta programación se ha elaborado considerando el siguiente contexto educativo: un centro docente donde se imparte el ciclo formativo superior de Comercio Internacional, situado en Jaén, una ciudad de aproximadamente 110.000 habitantes. El

centro se encuentra en una zona habitada por una población de clase media/alta mayoritariamente.

Al tratarse de un tipo de enseñanza postobligatoria, en este centro se encuentran alumnos/as de otras poblaciones próximas de la ciudad, así como de zonas de la periferia de esta.

La principal actividad económica en la ciudad proviene de los sectores de servicios y de industria. El centro educativo se sitúa en el centro de la ciudad. Fruto de la transformación digital en la que estamos inmersos no solo surgen nuevos sectores económicos, sino también nuevas profesiones que van ganando peso en la estructura organizativa de las compañías a medida que las nuevas tecnologías entran en todos sus departamentos. Es por ello por lo que cada día más, las empresas situadas en las proximidades del centro educativo requieren de personal cualificado del que se forma en este ciclo.

3. PERFIL PROFESIONAL

3.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO

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.**

3.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES PARA LA EMPLEABILIDAD

Las competencias profesionales para la empleabilidad se describen como el conjunto de conocimientos y destrezas que permiten el ejercicio de la actividad profesional conforme a las exigencias de la producción y el empleo. Las competencias profesionales se recogen en los estándares de competencia profesional (unidad de competencia), que servirán para el diseño de cualquier oferta de formación profesional.

Es decir, se define la competencia como un proceso cambiante en el tiempo, mediante el cual un trabajador pone en “movimiento” los conocimientos, habilidades y actitudes y el “buen juicio” en su actividad profesional y que tiene como objetivo último, el desempeño eficaz y eficiente en todas las situaciones que se puedan dar en el contexto profesional asociado a la unidad de competencia.

Las competencias profesionales para la empleabilidad del ciclo formativo vienen descritas en el currículo que regula título. Son las siguientes:

- a) 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.
- b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- 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.
- d) 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.
- e) 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.
- f) 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.
- g) 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.
- h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- i)

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.

j) 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.

k) 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.

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

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.

s) 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.

Concretamente, y tal y como se indica en la Orden que regula el título, de ese total de competencias profesionales, personales y sociales, el módulo que se está programando trabaja las siguientes:

f) 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.

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.
- s) 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.

4. OBJETIVOS

Los objetivos educativos expresan el nivel de desarrollo que se espera alcance el alumnado como consecuencia de la intervención educativa y se expresan en términos de competencias, es decir, que la meta educativa no debe ser que el alumnado aprenda meros datos, sino que sean capaces de manejarse con ellos. Toda intervención educativa persigue en última instancia el desarrollo integral del individuo, por ello, el objetivo de la educación es el desarrollo de las competencias.

4.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO QUE SE TRABAJAN EN EL MÓDULO

Para el ciclo formativo de grado superior de DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA se han definido una serie de objetivos generales, que se describen a continuación:

- 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, ofertando 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 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.

La formación de nuestro módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo, tal como se indica en la Orden que regula el título, que se relacionan a continuación:

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.

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.

4.2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Dentro de la programación, según el grado de concreción, se habla de objetivos a nivel del módulo que se pretenden conseguir durante el transcurso de este y los cuales vienen expresados en la correspondiente Orden de 28 de julio de 2015, en términos de resultados de aprendizaje, que pasamos a citar:

1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.
2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.
3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.

4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.
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.
6. Aplica métodos de control de acciones de *merchandising*, evaluando los resultados obtenidos.

Por otra parte, en cada una de las unidades didácticas en que queda dividida esta programación, se detallarán los objetivos específicos o didácticos de cada una.

5. CONTENIDOS

Los objetivos anteriormente planteados serán abordados a través de los contenidos que se describen a continuación. Se toman como fuentes para construir los contenidos: el Real Decreto y la Orden que establece el título de nuestro ciclo y el entorno socioeconómico del centro.

5.1. TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS

A continuación, se esquematizan las unidades didácticas en las que se ha dividido el módulo.

R.A.	UNIDAD DE TRABAJO	HORAS	TRIMESTRE
1	UT 1. Organización de la superficie comercial	18	I
2	UT 2. El surtido	20	I
2	UT 3. El lineal	16	I
3	UT 4. Publicidad y animación en el punto de venta	20	II
4	UT5. Diseño y montaje de escaparates	22	II
5	UT 6. Acciones promocionales en el punto de venta	18	III

6	UT 7. Métodos de control de las acciones de animación del punto de venta	16	III
TOTAL		128 horas	

5.2. SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS

En este apartado se pasan a esquematizar las unidades didácticas en las que se ha dividido el módulo. Para cada una de ellas se expresan sus contenidos didácticos específicos.

El módulo de Dinamización en el punto de venta se imparte en el primer curso. Tiene una carga lectiva de 128 horas que se distribuyen a razón de 4 horas semanales.

- Unidad Didáctica 1: Organización de la superficie comercial.

Contenidos:

Normativa y trámites administrativos en la apertura e implantación. Registro. Licencias y trámites municipales y autonómicos.

Clasificación del comercio. Tipos de espacios comerciales. Recursos humanos y materiales en el punto de venta. Mobiliario comercial.

Comportamiento del cliente en el punto de venta.

- El proceso de decisión de compra. - Determinantes internos del comportamiento del consumidor. Motivación. Percepción. Experiencia. Aprendizaje. Características personales. Actitudes.

- Condicionantes externos del comportamiento del consumidor. Entorno económico. Clases sociales. Grupos sociales. Familia, entre otros.

— Técnicas de *merchandising*. Definición y objetivos. *Merchandising* de presentación, gestión, seducción y fidelización.

— Organización del punto de venta.

- Estructura interior. Elementos básicos.

- Zonas calientes y zonas frías. Técnicas para transformar los puntos y zonas frías.

- Distribución de la superficie. Implantación de las secciones. Criterios.
- Distribución de los pasillos. Circulación del cliente. Itinerarios y velocidad. Disposición del mobiliario comercial.

● Unidad Didáctica 2: El surtido.

Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta: □ Clasificación de productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación entre otras. □ Características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos. □ El Surtido. Caracterización del surtido. - La amplitud, anchura y profundidad del surtido. □ Estructura del surtido. □ Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido. □ Elección de referencias. - Métodos de determinación del surtido. Cuantitativos y cualitativos. - Otros aspectos cualitativos. Productos complementarios, las marcas, entre otros. - Gestión informatizada del surtido. Umbral de supresión de referencias. □ Codificación y etiquetaje.

● Unidad Didáctica 3: El lineal.

- Definición y funciones del lineal.
- Zonas y niveles del lineal. Cambios en los niveles, efectos en el consumidor.
- Sistemas de reparto del lineal. Según las ventas, la rotación, el beneficio, la cuota de mercado, el periodo de reaprovisionamiento, entre otros.
- Tipos de exposiciones del lineal. Implantación vertical, horizontal y mixta entre otras.
- Los *facings*. Reglas de implantación. - Fase I. Planograma de implantación. - Fase II. Implantación: Organización del trabajo, realización de los frentes, adecuación de estanterías, armonía visual, productos de atracción, productos complementarios y colocación final entre otros.

- Lineal mínimo. Método de Cálculo.
 - Lineal óptimo. Variables para el cálculo n° óptimo de *facings*. Principios de optimización y Fases.
 - Tiempos de exposición.
 - Sistemas de reposición del lineal. Planograma de reposición.
 - Normativa vigente. Normativa CE comercio y etiquetaje. Normativa técnico-sanitaria. Seguridad e higiene.
-
- Unidad Didáctica 4: Publicidad y animación en el punto de venta.
 - Realización de publicidad en el lugar de venta:
 - La publicidad en el lugar de venta (PLV). Función y objetivos.
 - Formas publicitarias específicas de la publicidad en el lugar de venta (PLV). - El mensaje publicitario. - Manual de imagen corporativa, definición PLV propio. - Publicidad de distribuidores y distribuidoras y de fabricantes. - Tipos de elementos de publicidad. Stoppers, pancartas, displays y carteles, entre otros.
 - Cartelería en el punto de venta. Tipos y colocación. - Técnicas de diseño y rotulación. - Aplicaciones informáticas diseño gráfico. Diseño cartelería y PLV. - Señalética interior y exterior.
 - Normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales. Normativa de Publicidad
-
- Unidad Didáctica 5: Diseño y montaje de escaparates.
 - Realización de escaparates y cuidado de elementos exteriores: □ Elementos exteriores. Diseño de la fachada y comunicación publicitaria. Rótulo comercial, entrada y escaparate.
 - Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.
 - El escaparate y la comunicación. Funciones y objetivos del escaparate, la fórmula AIDA. La percepción y la memoria selectiva.
 - El escaparate. Clases de escaparates, según criterios de clasificación (moda, ubicación y finalidad).

- Eficacia del escaparate. Ratios de control. Ratio de atracción, de convicción, entre otros.
- Diseño del escaparate. - La imagen. La asimetría y la simetría. Las formas geométricas. - Principios básicos diseño. Simplicidad, relieves, claridad, nitidez, homogeneidad, entre otros. - El color en la definición del escaparate. Psicología y fisiología del color. - Iluminación en escaparatismo. - Elementos para la animación del escaparate: módulos, carteles, señalización y otros. - Aspectos esenciales del escaparate. Limpieza, iluminación, colocación, rotación, precios, promoción, ambientación, entre otros. - Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates. - Bocetos de escaparates. La idea, el proyecto, la composición y la maqueta. - Programas informáticos de diseño y distribución de espacios. □ Montaje del escaparate. - Planificación de actividades. Cronograma. - Materiales y medios. Herramientas. - Presupuesto de implantación de escaparate. Criterios económicos y comerciales en la implantación. - Incidencias en la implantación. Medidas correctoras. - Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate y elementos exteriores.
- Unidad Didáctica 6: Determinación de acciones promocionales:
 - El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos. Políticas de comunicación. Qué decir, cómo, cuándo y dónde. El mix de comunicación. pos y formas.
 - Promoción de ventas, publicidad, relaciones públicas, entre otras.
 - Elaboración de informes sobre política de comunicación utilizando aplicaciones informáticas. Planificación de medios, presupuesto, cronograma de promociones en el punto de venta. - Ejecución de las campañas.
 - La promoción de ventas. Características y objetivos principales. - Promociones de fabricante. Descuentos, muestras, PLV del fabricante, entre otras. - Promociones de distribuidor. Viajes, premios, primas, entre otros. Promociones dirigidas al consumidor. Descuentos, vales, regalos, muestras, entre otros. Ventajas e inconvenientes de cada tipo. Productos gancho y productos estrella, su uso promocional.
 - La publicidad en el lugar de venta. - Efectos psicológicos y sociológicos de las promociones en el consumidor. Ética y buenas prácticas promocionales. -

Comunicación y creación de ambiente en el punto de venta. Objetivos. Tipos de comunicación, permanente e intermitente. Medios físicos, psicológicos, de estímulo y personales. - Publicidad en el lugar de venta. Carteles. Megafonía. Expositores. Embalajes de presentación.

- Relaciones públicas. Objetivos. Principales actividades.
- Efectos psicológicos y sociológicos de las promociones en el consumidor.
- Normativa de seguridad e higiene en la realización de promociones de ventas.

● Unidad Didáctica 7: Aplicación de métodos de control de acciones de *merchandising*:

- Adecuación promocional al establecimiento y a la planificación anual, mensual o semanal. El modelo BDP, beneficio directo del producto.
- Criterios de control de las acciones promocionales. - Criterios cuantitativos y cualitativos. - Índices y ratios económico financieros. Margen bruto, tasa de marca, stock medio, rotación del stock y rentabilidad bruta, entre otros.
- Análisis de resultados. - Ratios de control de eficacia de acciones promocionales. Índice de intensidad promocional, de efectividad promocional, de coste y de eficacia con respecto a la categoría, entre otros. - Elaboración de informes. Aplicación de medidas correctoras.

5.3. ELEMENTOS TRANSVERSALES DEL CURRÍCULO

5.3.1. ÁREAS DE INTERÉS EN LA FP

Asimismo, se debe de prestar atención a las áreas prioritarias o de especial interés, existentes en la Formación Profesional: TIC, idiomas y prevención de riesgos laborales.

5.3.2. EDUCACIÓN EN VALORES

El Sistema Educativo incluye en el currículo una serie de saberes actualmente demandados por la sociedad: son los llamados temas transversales. Se denominan transversales porque no surgen como un programa paralelo al desarrollo del currículo sino insertado en la dinámica diaria del proceso de enseñanza–aprendizaje. Son complementarios y deben impregnar la totalidad de actividades del centro.

La LOMLOE y, más concretamente la LEA refuerzan el uso en los currículos de las enseñanzas no universitarias de estos temas transversales. En el aula se trabajará la igualdad de oportunidades de ambos sexos en los siguientes aspectos:

- Seleccionando los materiales que se presentarán en el aula para evitar cualquier referencia sexista en los mismos.
- Evitando términos sexistas en el uso del lenguaje.
- Promoviendo, entre el alumnado, el respeto hacia el sexo contrario, evitando actitudes discriminatorias y de rechazo por cuestiones de sexo. Se trabajará contra los estereotipos sexistas, respetando las diferencias entre ellos y favoreciendo la igualdad de oportunidades y derechos
- Realizando actividades en el aula encaminadas a analizar el papel de la mujer a lo largo de la historia de la informática.
- Participando por igual en las actividades prácticas, repartiendo el trabajo de forma equitativa entre el alumnado, formando equipos de trabajo mixtos y fomentando la valoración del esfuerzo común en la elaboración de trabajos en equipo, así como la participación y la tolerancia.
- Asistiendo y/o visualizando conferencias dadas por mujeres, con dedicación profesional en el mundo de la informática. También se trabajará la educación por la paz, especialmente en las actividades que se realizan en grupo, en la que se fomenta una actitud de respeto y valoración positiva de las ideas y opiniones ajenas, de cooperación y aceptación de las decisiones tomadas por el grupo, como norma fundamental para vivir en una sociedad tolerante. De esta forma se favorecen las relaciones de amistad, aceptación y cooperación. Se inculcará el respeto por la propiedad intelectual, ya que se

utilizará siempre software de dominio público o programas debidamente registrados o en versión educativa o de evaluación. Con respecto a la educación ambiental, se valorará la importancia del reciclado y del ahorro energético. Al utilizar una plataforma virtual para la comunicación de actividades entre profesor y alumnado se ayuda a evitar la utilización de papel. Además, se trabajará la educación al consumidor a la hora de mantener una actitud crítica hacia los mensajes que transmiten los medios de comunicación y especialmente internet y educando en la correcta utilización de internet.

6. METODOLOGÍA

6.1. LÍNEAS DE ACTUACIÓN

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje vienen determinadas en la Orden de 28 de Julio de 2015 por la que se establece el título de Técnico Medio en Actividades Comerciales, versarán sobre:

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*.

6.2. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Para las actividades de enseñanza-aprendizaje expresadas en las unidades didácticas se ha utilizado la metodología de Tyler y Wheeler, que distingue entre varios tipos de actividades. En concreto se utilizan los siguientes tipos de actividades:

- Actividades de Evaluación de Conocimientos Previos: suelen realizarse a principio de curso y de cada unidad didáctica para obtener información acerca de lo que sabe el alumnado.
- Actividades de Presentación – motivación: con el fin de introducir al alumnado en el tema que se aborda en cada unidad didáctica.
- Actividades No Evaluables: permiten que el alumnado adquiera nuevos contenidos.
- Actividades de Refuerzo y Ampliación: programadas para aquel alumnado que, o bien no haya alcanzado los conocimientos trabajados, o bien necesite continuar construyendo conocimientos una vez terminadas las actividades de desarrollo propuestas.
- Actividades Evaluables: deben tener en cuenta lo establecido en los criterios de evaluación propuestos y su fin es dar cuenta de lo aprendido por los alumnos/as.
- Actividades de Recuperación: programadas para el alumnado que no haya alcanzado los conocimientos trabajados.

6.3. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Dentro de la metodología de esta programación didáctica, se aplicará el concepto de clase invertida, considerada como una forma de trabajar en la que se reordena la forma de dar clase, utilizando vídeos y otros tipos de documentos, como apuntes, libros, etc... Esta estrategia facilita el aprendizaje y los ritmos de la clase porque se trata de un aprendizaje más personal, en el que se consigue centralizar el aprendizaje del alumnado. Es decir, el alumno/a es protagonista de su propio aprendizaje, aunque siempre es guiado por el profesor. En la casa, el alumnado trabajará vídeos, tomando apuntes y extrayendo la información.

En clase se resolverán dudas y se seguirá aprendiendo tanto de los compañeros como del profesor. Se comprueba lo que se sabe y se pone en práctica la explicación haciendo distintos tipos de actividades, concursos e investigaciones, haciendo las clases más activas.

Además, este concepto se apoya de metodologías de aprendizaje cooperativo, mejorando así los resultados de la clase, puesto que los que van por delante pueden ayudar a los que van por detrás. El aprendizaje cooperativo es una metodología que se basa en el trabajo en equipo y que tiene como objetivo la construcción de conocimiento y la adquisición de competencias y habilidades sociales, ayudando al alumnado entre ellos para lograr una meta en común. El rol del docente está enfocado en organizar grupos de alumnos/as de tal manera que la diversidad no sea un impedimento en la clase. Es por ello, que nos debemos asegurar de que todos participen otorgando una responsabilidad individual a cada miembro del grupo.

Entre estos tipos de actividades entra en juego el concepto de gamificación. La gamificación es una técnica de aprendizaje que traslada la mecánica de los juegos al ámbito educativo-profesional con el fin de conseguir mejores resultados: sirve para absorber conocimientos, para mejorar alguna habilidad para recompensar acciones concretas... Es un término que ha adquirido una enorme popularidad en los últimos años, sobre todo en entornos digitales y educativos. Una de las claves principales al aplicarla es que los alumnos tengan perfectamente asimiladas las dinámicas de juego que se llevarán a cabo. Todas ellas tienen por objeto implicar al alumnado a jugar y seguir adelante en la consecución de sus objetivos mientras se realiza la actividad. Cualquier actividad realizada en contexto de la gamificación busca lograr tres claros objetivos: por un lado, la fidelización con el alumnado, al crear un vínculo con el contenido que se está trabajando. Por otro lado, busca ser una herramienta contra el aburrimiento y motivarles. Finalmente, quiere optimizar y recompensar al alumnado en aquellas tareas en las que no hay ningún incentivo más que el propio aprendizaje.

En esta programación didáctica se pondrá en práctica a través de aplicaciones como *Kahoot*, por ejemplo, para hacer un test de autoevaluación del alumnado al final de una unidad didáctica con el fin de comprobar los conceptos adquiridos en el desarrollo de la misma.

En el desarrollo de las unidades didácticas se planteará también un proyecto realizado por parejas en el que se le pondrá al alumnado frente a una situación problemática real, favoreciendo un aprendizaje más vinculado con el mundo laboral. Con esta actividad, que será dividida en varias prácticas evaluables ubicadas en diferentes unidades didácticas, se pretende enfrentar al alumnado a situaciones que los lleven a comprender y aplicar lo aprendido como una herramienta para resolver problemas o proponer mejoras en su entorno más próximo.

6.4. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Se consideran actividades complementarias las organizadas durante el horario escolar por los Centros, y que tienen un carácter diferenciado de las propiamente lectivas, por el momento, espacio o recursos que utilizan. Estas actividades son fundamentalmente las salidas y celebraciones y se organizará de forma coordinada con los profesores del equipo docente. El grupo participará en aquellas actividades complementarias y extraescolares propuestas por el departamento que sean de interés para el módulo. Este curso escolar se han previsto las siguientes actividades:

6.5. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Todas las sesiones correspondientes a este módulo se desarrollarán en el aula-taller de informática de dotación del ciclo. Además de los recursos tradicionales como la pizarra para explicaciones teóricas, se necesitarán los siguientes recursos tecnológicos en el aula:

- Equipamiento de la zona de taller:
 - Escaparate fabricado
 - Focos de iluminación de escaparates.
 - Caja de herramientas con el material de ferretería necesario para el montaje de escaparates, incluyendo martillo, grapadora, alicates, destornilladores, taladro y atornillador eléctrico, entre otros.
 - Sierra térmica cortadora de material tipo poliespán.
 - Escaparate interior bajo
 - Estanterías y mobiliario de boutique o tienda de moda.

- Mostrador suficientemente grande para ubicar el terminal de punto de venta (TPV).
- Terminal de punto de venta (TPV), con accesorios tales como impresora de tickets, lector de código de barras, cajón registrador, visor para clientes y monitor táctil.
- Vitrina de exposición para pequeños productos, tipo regalo y móviles, entre otros.
- Mesas amplias donde el alumnado pueda realizar trabajos de decoración, pintura, montaje y corte, entre otros.
- Decoración específica para el aula simulando un establecimiento comercial, como persianas de decoración, iluminación en techo, carteles y rótulos con iluminación.

● Infraestructura y comunicaciones:

- Infraestructura de red para intercomunicar todos los ordenadores del aula.

Acceso a Internet para todos los ordenadores del aula. El profesor tendrá la posibilidad de inhabilitar dicho acceso en un momento concreto.

- Pizarra blanca con rotuladores, para las explicaciones del profesor, así como para aclaración de dudas, tanto de tipo teórico como de manejo del ordenador.

- Fuentes de información: libros, internet y biblioteca.

- Medios de comunicación escrita: prensa, revistas especializadas,...

- Medios audiovisuales: vídeos,...

● Hardware:

- Un ordenador por cada alumno.
- Cañón proyector para exposición de la parte teórica por parte del profesor.
- Pizarra electrónica para facilitar la tarea de exposición del profesor.

● Software:

- Sistema operativo: Windows 10 y Linux (Ubuntu u otra distribución).
- Paquete ofimático.

- Herramientas de gestión de aprendizaje: Moodle.
- Plataforma educativa: A través de esta plataforma se le facilitará al alumnado la documentación necesaria en formato digital, evitando en la medida de lo posible el derroche de papel. De esta forma, esta información podrá ser consultada desde cualquier lugar y en cualquier momento por el alumnado. A su vez, las prácticas digitales serán recogidas desde la plataforma para así permitir que el alumno/a pueda planificar y entregar éstas cuando lo estime conveniente, siempre dentro del plazo máximo indicado por el profesor. Esta plataforma también permite la posibilidad de crear exámenes online y la calificación a través de rúbricas.
- Cuaderno digital del profesor.
- Aplicaciones digitales online para realizar *brainstormings* (Miro), administrar tareas (Trello), autoevaluaciones (*Kahoot*), mapas mentales (Mindmeister), repasar contenidos y resolución de dudas (*Mentimeter*)...

6.6. BIBLIOGRAFÍA

- “Dinamización en el Punto de Venta”. Ana M^o Hervás Exojo, Aurea Campo Varela, M^a Teresa Revilla Rivas. Editorial Mc Graw Hill.

7. EVALUACIÓN

La evaluación tendrá en cuenta el progreso del alumno/a respecto a la formación adquirida en los distintos módulos que componen el Ciclo Formativo. La superación del Ciclo Formativo requerirá la evaluación positiva de todos los módulos que lo componen.

La evaluación es criterial y continua. En primer lugar, es criterial, ya que, a través del cumplimiento de los criterios de evaluación, se valida si se alcanzan las metas. En segundo lugar, se dice que es continua porque continuamente se está evaluando y cuando se detecta un problema en clase, se intenta solucionar. Por tanto, permite resolver el problema que tenga un alumno/a en un momento dado. Además, que la evaluación sea continua implica que sea formativa, puesto que permite cambiar aspectos determinados si se detectan fallos en el proceso de enseñanza.

7.1. ¿QUÉ, CUÁNDO Y CÓMO EVALUAR ?

a) Evaluación del proceso de enseñanza

Se tendrán en cuenta todos los elementos que han intervenido en el proceso de enseñanza, tanto de la programación (selección de objetivos, tipo de contenidos, actividades, ...) como su aplicación didáctica (adecuación de recursos, intervenciones docentes, convivencia con el alumnado, ...). Se realizará a partir de la reflexión del propio profesor sobre su práctica docente. Para ello, al principio de cada unidad didáctica incluirá un guion donde se recojan las actividades y contenidos trabajados en cada sesión de clase. Este guion de clase junto con la programación del módulo estará a disposición del alumnado en el curso correspondiente en la plataforma Moodle Centros de la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía. Al término de las dos primeras evaluaciones se efectuará el seguimiento de la programación y en caso necesario se realizará la correspondiente modificación de esta. Dicha modificación se elevará al departamento y este a su vez al claustro. A lo largo del curso el profesor estará atento a los comentarios y sugerencias que reciba directamente del alumnado o bien a través del delegado y/o tutor del grupo.

Al finalizar el curso el alumnado podrá realizar un cuestionario anónimo de evaluación de la práctica docente.

b) Evaluación del proceso de aprendizaje

Se evaluará el grado de adquisición de los objetivos programados en los contenidos. Para ello, se utilizan los criterios de evaluación de este módulo de Dinamización del punto de venta, que se detallan a continuación:

RA1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.	
CE	<p>a) Se han identificado los trámites oportunos para la obtención de licencias y autorizaciones de elementos externos en la vía pública.</p> <p>b) Se han determinado métodos para reducir barreras psicológicas y físicas de acceso al establecimiento comercial.</p> <p>c) Se han determinado las principales técnicas de <i>merchandising</i> que se utilizan en la distribución de una superficie de venta.</p> <p>d) Se han definido las características de una zona fría y de una zona caliente en un establecimiento comercial.</p> <p>e) Se han dispuesto los elementos de la tienda, mobiliario y exposición, según las necesidades de la superficie de venta.</p> <p>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.</p> <p>g) Se han descrito los criterios que se utilizan en la distribución lineal del suelo por familia de productos, explicando ventajas e inconvenientes.</p> <p>h) Se han determinado las distintas formas de colocación del mobiliario comercial.</p> <p>i) Se ha identificado la normativa de seguridad e higiene vigente referida a la distribución en planta de una superficie comercial.</p>
2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.	
	<p>a) Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente.</p> <p>b) Se han delimitado las dimensiones del surtido de productos.</p>

CE	<p>c) Se ha establecido el número de referencias según características de los productos, espacio disponible y tipo de lineal.</p> <p>d) Se han identificado los principales tipos de codificación y etiquetado comercial.</p> <p>e) Se han realizado simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial.</p> <p>f) Se han analizado los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.</p> <p>g) 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>h) Se han interpretado planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.</p> <p>i) Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de <i>merchandising</i>.</p>
3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.	
CE	<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 elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética.</p> <p>d) Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor.</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>

	h) Se han aplicado las normas correspondientes a buenas prácticas publicitarias, evitando la publicidad engañosa.
4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.	
CE	<p>a) Se han argumentado las funciones y objetivos que puede tener un escaparate.</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 definido los criterios de valoración del impacto que puede producir un escaparate en el volumen de ventas.</p> <p>d) Se han diseñado escaparates, aplicando los métodos adecuados y las técnicas precisas, según un boceto.</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 ha analizado un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de establecimientos comerciales.</p> <p>h) Se han montado escaparates con diferentes objetivos comerciales.</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.	
CE	<p>a) Se han descrito los distintos medios promocionales que habitualmente se utilizan en un pequeño establecimiento comercial.</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>

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

a) Evaluación inicial.

Al comienzo de curso se pasará un cuestionario con preguntas, para conocer los estudios y experiencias del alumnado, así como obligar a hacer un esfuerzo de auto evaluación sobre conocimientos acerca de la materia en cuestión y otras materias relacionadas. Además, se realizará un análisis de las dificultades de aprendizaje de nuestro alumnado, a partir de la observación en el aula y de la información suministrada por el departamento de orientación, a través del tutor/a del grupo. De esta forma, se podrán aplicar estrategias metodológicas adecuadas a la diversidad de nuestro alumnado, con el fin de favorecer su aprendizaje. También se tendrá en cuenta la sesión de evaluación inicial que se realizará cuando se lleve un mes de clase. Al principio de cada unidad didáctica se harán actividades de evaluación inicial para conocer el nivel de partida del alumnado en cada una de las áreas de las que se compone nuestro módulo.

b) Evaluación continua o formativa.

Se trata de evaluar el desempeño del alumnado a lo largo de todo el curso. La evaluación continua se lleva a cabo durante el aprendizaje y va a suponer el conjunto de

observaciones, respuestas y comportamientos que sobre el alumnado y demás elementos curriculares debe realizar el profesor. La superación de este módulo mediante evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y el desarrollo de las actividades programadas para el mismo. Las actividades evaluables deben realizarse en clase bajo la supervisión del profesor.

c) Evaluación final.

Se considerará evaluación positiva, la consecución de las capacidades finales exigidas al finalizar cada unidad didáctica (que se hace corresponder con un Resultado de Aprendizaje). Mejorará el contenido de la calificación final, la realización de prácticas de ampliación que están propuestas con el fin de ampliar conocimientos sobre todos los Resultados de Aprendizaje. Para poder obtener una calificación positiva en la evaluación final será necesario superar todas las Unidades de trabajo o lo que es lo mismo todos los Resultados de Aprendizaje. Los alumnos que no superen el módulo en mayo tendrán la obligación de asistir a las clases que se organicen durante el periodo de recuperación que tendrá lugar en el mes de junio, para la preparación de las pruebas de la evaluación final. En esta prueba el alumno deberá recuperar los RA o Unidades de trabajo suspensas. En este periodo el alumnado que haya superado el módulo tendrá la oportunidad de subir nota. Se realizarán las tres sesiones de evaluación y calificación en las fechas que establezca el centro. Al término del período lectivo habrá una calificación final (media ponderada de todas las unidades según su peso).

d) Evaluación dual.

En los diferentes planes formativos se desarrollarán tareas que el alumnado realice diferentes tareas asociadas a los Resultados de Aprendizaje. Por tanto, su evaluación será conjunta, entre el profesorado y el tutor dual de la empresa. Una adecuada coordinación entre centro docente y empresa es fundamental para el satisfactorio desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje. Existirá uno o varios miembros del equipo docente que ejercerán la tutoría docente siendo responsables del seguimiento de las tareas formativas en la empresa. Cada empresa o entidad colaboradora designará al responsable laboral (tutor laboral) que tutorizará la formación del alumnado en la empresa. El tutor docente se mantendrá en contacto con el tutor dual de la empresa.

En cuanto a la distribución de los RA y CE en la FP Dual:

Todos los Resultados de Aprendizaje, así como los Criterios de Evaluación de cada uno se aplicarán tanto en el centro educativo como en la empresa. No se hará una separación de los RA o CE exclusivos para cada entidad, lo que garantiza una continuidad en el proceso formativo del alumnado.

Se ha decidido que la evaluación de los estudiantes de FP Dual se distribuirá de la siguiente manera: el 90% de la evaluación se llevará a cabo en el centro educativo, y el 10% en la empresa. Este acuerdo ha sido alcanzado por consenso entre los profesores asistentes a reunión para tal efecto.

Tanto los Resultados de Aprendizaje como los Criterios de Evaluación estarán presentes en ambos entornos de formación (centro y empresa).

El contacto podrá ser telemático. Los tutores docentes junto con los tutores laborales velarán por el cumplimiento del plan de formación y estarán especialmente atentos por si alguna actividad pueda no ser llevada a cabo total o parcialmente. Como profesora del módulo completaría la formación desde el centro educativo mediante actividades específicas, a realizar por el alumnado, en el curso *moodle* centros correspondiente.

Criterios en los contactos de seguimiento:

- Faltas de asistencia y/o puntualidad y posible justificación de estas.
- Problemas detectados en la temporalización del programa formativo y ajustes necesarios.
- Actividades o tareas en las que se ha encontrado especial dificultad y si fuera necesario refuerzo por parte del equipo docente.
- Logros obtenidos en la ejecución de alguna tarea o actividad con la valoración cualitativa de la misma por parte del tutor laboral
- Dudas que surjan respecto al desarrollo del plan formativo.
- Al final de cada periodo el tutor laboral hará una valoración sobre el desempeño del alumnado mediante una escala cualitativa (mal, regular, bien, muy bien, excelente), que será trasladada por el tutor docente a cada profesor para la evaluación de los módulos

implicados. El profesor que imparta cada módulo realizará la evaluación cuantitativa según las ponderaciones, recogidas en la correspondiente programación del módulo, de los Resultados de Aprendizaje trabajados en la empresa y/o centro en la fase de alternancia.

7.2. CALIFICACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Teniendo en cuenta la Orden de 29 de septiembre de 2010, la evaluación final de este módulo profesional el módulo se evaluará por resultados de aprendizaje, complementando con las competencias profesionales, personales y sociales.

En cada plan de formación individual se indicará, según la empresa y las actividades que se puedan desarrollar, una tabla de ponderación específica.

7.2.1. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

A continuación, se visualiza una tabla donde se relacionan las ponderaciones estimadas en esta programación didáctica (PD) para cada resultado de aprendizaje (RA) y las unidades didácticas implicadas en cada uno de ellos:

			UNIDADES DE TRABAJO						
		%PD	1	2	3	4	5	6	7
	RA1	16,6%	X						
	RA2	16,6%		X	X				
	RA3	16,6%				X			
	RA4	16,6%					X		
	RA5	16,6%						X	
	RA6	16,6%							X

En las siguientes tablas se puede observar la ponderación de cada criterio de evaluación (C.E.), por cada uno de los resultados de aprendizaje (RA), en función de las unidades didácticas implicadas en cada uno de ellos, teniendo en cuenta la duración en horas de estas y los instrumentos de evaluación.

TS: test

EPRA: examen práctico.

Prac: práctica

Resultado de aprendizaje 1.- Desarrolla aplicaciones que gestionan información almacenada en ficheros identificando el campo de aplicación de estos y utilizando clases específicas.

RA1		UNIDADES DE TRABAJO	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.T. 1	TS	EPRA	Prac
a)	10%	U.T. 1	50%	25%	25%
b)	10%	U.T. 1	50%	25%	25%
c)	15%	U.T. 1	50%	25%	25%
d)	10%	U.T. 1	50%	25%	25%
e)	10%	U.T. 1	50%	25%	25%
f)	15%	U.T. 1	50%	25%	25%
g)	10%	U.T. 1	50%	25%	25%
h)	10%	U.T. 1	50%	25%	25%
i)	10%	U.T. 1	50%	25%	25%

Resultado de aprendizaje 2.- Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.

R.A.2		UNIDADES DE TRABAJO	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.T. 2	TS	EPRA	Prac
a)	10%	U.T. 2	50%	25%	25%
b)	10%	U.T.2	50%	25%	25%
c)	15%	U.T.2	50%	25%	25%
d)	10%	U.T.2	50%	25%	25%
e)	10%	U.T.3	50%	25%	25%
f)	15%	U.T.3	50%	25%	25%
g)	10%	U.T.3	50%	25%	25%
h)	10%	U.T.3	50%	25%	25%

i)	10%	U.T.3	50%	25%	25%
----	-----	-------	-----	-----	-----

Resultado de aprendizaje 3.- Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.

R.A.3		UNIDADES DE TRABAJO	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.T. 4	TS	EPRA	Prac
a)	10%	U.T. 4	50%	25%	25%
b)	10%	U.T. 4	50%	25%	25%
c)	15%	U.T. 4	50%	25%	25%
d)	15%	U.T. 4	50%	25%	25%
e)	10%	U.T. 4	50%	25%	25%
f)	15%	U.T. 4	50%	25%	25%
g)	10%	U.T. 4	50%	25%	25%
h)	15%	U.T. 4	50%	25%	25%

Resultado de aprendizaje 4.- Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.

R.A.4		UNIDADES DE TRABAJO	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.T. 5	TS	EPRA	Prac
a)	10%	U.T. 5	50%	25%	25%
b)	10%	U.T. 5	50%	25%	25%
c)	15%	U.T. 5	50%	25%	25%
d)	15%	U.T. 5	50%	25%	25%
e)	10%	U.T. 5	50%	25%	25%
f)	15%	U.T. 5	50%	25%	25%
g)	10%	U.T. 5	50%	25%	25%

h)	15%	U.T. 5	50%	25%	25%
----	-----	--------	-----	-----	-----

Resultado de aprendizaje 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.

R.A.5		UNIDADES DE TRABAJO	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.T. 6	TS	EPRA	Prac
a)	20%	U.T. 6	50%	25%	25%
b)	20%	U.T. 6	50%	25%	25%
c)	20%	U.T. 6	50%	25%	25%
d)	20%	U.T. 6	50%	25%	25%
e)	20%	U.T. 6	50%	25%	25%

Resultado de aprendizaje 6.- Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.

R.A.6		UNIDADES DE TRABAJO	INSTRUMENTOS EVALUACIÓN		
C.E.	% C.E.	U.T. 7	TS	EPRA	Prac
a)	20%	U.T. 7	50%	25%	25%
b)	20%	U.T. 7	50%	25%	25%
c)	25%	U.T. 7	50%	25%	25%
d)	20%	U.T. 7	50%	25%	25%
e)	20%	U.T. 7	50%	25%	25%

Teniendo en cuenta las ponderaciones de la tabla anterior, la nota media para la calificación final del módulo es la siguiente:

$$\text{Nota final} = (\text{RA1} \times 16,6\%) + (\text{RA2} \times 16,6\%) + (\text{RA3} \times 16,6\%) + (\text{RA4} \times 16,6\%) + (\text{RA5} \times 16,6\%) + (\text{RA6} \times 16,6\%)$$

Además, para la obtención de las notas trimestrales, que son informativas y orientativas, se les da unos porcentajes concretos a los criterios de evaluación, por trimestre, teniendo en cuenta las ponderaciones de la tabla anterior. En las tablas que se muestran a continuación, se desglosan los porcentajes aplicados a cada criterio de evaluación y en cada trimestre con el fin de obtener finalmente las notas trimestrales.

1^{er} TRIMESTRE:

Peso de cada criterio en función de su importancia para conseguir el RA									
	a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	% total del RA
RA1-UT1	10%	10%	15%	10%	10%	15%	10%	10%	33,33%
RA2-UT2	10%	10%	15%	10%	10%	15%	10%	10%	33,33%
RA2-UT3	10%	10%	15%	15%	10%	15%	10%	15%	33,33%

2^o TRIMESTRE:

Peso de cada criterio en función de su importancia para conseguir el RA										
	a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	% total del RA

Programación Didáctica Dinamización del Punto de Venta
Curso 2024/2025

RA1- UT1	10%	10%	15%	10%	10%	15%	10%	10%		20 %
RA2- UT2	25%	25%	25%	25%						20 %
RA2- UT3					20%	20%	20%	20%	20%	20 %
RA3- UT4	10%	10%	15%	15%	10%	15%	10%	15%		20 %
RA4_UT 5	20%	20%	20%	20%	20%					20 %

3^{er} TRIMESTRE:

Peso de cada criterio en función de su importancia para conseguir el RA										
	a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	% total del RA
RA1- UT1	10%	10%	15%	10%	10%	15%	10%	10%		14,28%
RA2- UT2	25%	25%	25%	25%						14,28%
RA2- UT3					20%	20%	20%	20%	20%	14,28%
RA3- UT4	10%	10%	15%	15%	10%	15%	10%	15%		14,28%
RA4_UT 5	20%	20%	20%	20%	20%					14,28%
RA5_UT 6	20%	20%	20%	20%	20%					14,28%
RA6_UT 7	20%	20%	20%	20%	20%					14,28%

7.3. RECUPERACIÓN Y MEJORA DE CALIFICACIÓN

En el caso de que un alumno no supere alguna unidad de trabajo o RA (los RA se organizan en unidades didácticas) en el primer trimestre podrá realizar una recuperación en enero. Si la unidad suspensa corresponde al segundo trimestre realizará la recuperación en abril. Si la unidad de trabajo con calificación negativa corresponde al tercer trimestre realizará la recuperación a finales de mayo. Los alumnos que no superen el módulo en mayo tendrán la obligación de asistir a las clases que se organicen durante el periodo de recuperación que tendrá lugar en el mes de junio, para la preparación de las pruebas de la evaluación final. En esta prueba el alumno deberá recuperar los RA suspensos. El alumno según sus necesidades tendrá ayuda del profesor para poder afrontar la recuperación. 8.

8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

La diversidad está presente en todos los colectivos sociales. El reto de los centros educativos y del profesorado en relación con el alumnado que atienden, es proporcionar el desarrollo de las capacidades en función de sus características diferenciales. Es una realidad que los alumnos/as del grupo-clase se diferencian en cuanto a sus capacidades, conocimientos previos, motivaciones e intereses. Por ello en el aula, existen alumnos/as que van a presentar distintas necesidades educativas. La LOMLOE, entiende por alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE) a aquel alumnado, que requiera una atención educativa diferente a la ordinaria, por presentar necesidades educativas especiales, por dificultades específicas de aprendizaje, TDAH, por sus altas capacidades intelectuales, por haberse incorporado tarde al sistema educativo, o por condiciones personales o de historia escolar. El alumnado con necesidades educativas especiales es aquel alumnado con discapacidad o trastornos graves de conducta. Los principios de actuación con estos alumnos/as son la no discriminación y la normalización educativa, a fin de lograr la igualdad de oportunidades para todos. En esta programación se van a adoptar una serie de medidas para atender a los diferentes ritmos de aprendizaje del alumnado y al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE)

- .Medidas para atender a los diferentes ritmos de aprendizaje del alumnado y al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE).

- Atención personalizada a los alumnos con un ritmo de aprendizaje más lento, ayudándoles en la resolución de problemas, dándoles más tiempo para la realización de ejercicios, prácticas, trabajos, y proponiéndoles actividades que le permitan la comprensión de los contenidos.
- En el caso de existir alumnado de incorporación tardía se procederá como sigue: el alumnado que se incorpore una vez evaluada alguna UD, podrá realizar una prueba adicional antes de que finalice la evaluación. Así mismo, se le dará un plan de trabajo para organizar la preparación de la materia y poder resolver sus dudas.
- Alumnado con altas capacidades. Proposición de actividades complementarias que amplíen sus conocimientos tanto sobre los contenidos tratados como de otros relacionados. Implicar a estos alumnos en la ayuda a sus compañeros de clase como monitores en aquellas actividades en las que demuestren mayor destreza. Con esta medida se pretende además reforzar la cohesión del grupo y fomentar el aprendizaje colaborativo.