

1. Identificación da programación
Centro educativo

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

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM03	Xestión de vendas e espazos comerciais	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de adultos

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0927	Xestión de produtos e promocións no punto de venda	2023/2024	6	105	126
MP0927_12	Implantación de produtos	2023/2024	6	55	66
MP0927_22	Accións promocionais en espazos comerciais	2023/2024	6	50	60

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	YOLANDA ÁLVAREZ GARCÍA
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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

A competencia xeral deste título consiste en xestionar as operacións comerciais de compravenda e distribución de produtos e servizos, e organizar a implantación e animación de espazos comerciais segundo criterios de calidade, seguridade e prevención de riscos, aplicando a normativa vixente.

A importancia que o sector do comercio ten en Galicia queda reflexada no feito de ser o sector produtivo que maior número de empresas e traballadores ten. É, xa que logo necesario que o sector do comercio conte con profesionais con formación suficiente en técnicas de venda, habilidades de comunicación e xestión de establecementos comerciais, que sexan capaces de aproveitar as novas tecnoloxías da información e da comunicación para xestionar o coñecemento empresarial necesario para cumprir cos obxectivos comerciais fixados pola dirección de marketing. Unha formación que tradicionalmente é autodidacta e ás veces pouco decisiva á hora de acadar un posto de traballo no sector do comercio. Pero actualmente o sector precisa profesionais con formación de calidade, permanente e que sexan capaces de aproveitar as oportunidades que as tecnoloxías da información e da comunicación lles brinda.

3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	O surtido.	Determinar a dimensión da variedade de produtos, definindo o posicionamento estratéxico e conseguindo a xestión óptima do establecemento.	22	17
2	Implantación do surtido no lineal.	Determinar o procedemento de implantación do surtido de produtos nos lineais segundo criterios comerciais, optimizando as operacións de mantemento e reposición.	22	17
3	Rendibilidade da implantación do surtido.	Calcular a rendibilidade da implantación do surtido, analizando e corrixindo as posibles desviacións sobre os obxectivos propostos.	22	18
4	Accións promocionais do punto de venda.	Deseña accións promocionais no punto de venda, aplicando técnicas de merchandising adecuadas.	20	16
5	Xestión de produtos e promocións no punto de venda.	Determina os procedementos de selección e formación do persoal de promoción no punto de venda, definindo o perfil do candidato e as accións formativas segundo o orzamento dispoñible.	20	16
6	Controla a eficiencia das accións promocionais, adoptando medidas que optimicen a xestión da actividade.	Calcular os ratios de control das campañas promocionais.	20	16

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	O surtido.	22

4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Determina a dimensión da variedade de produtos, definindo a colocación estratéxica para conseguir a xestión óptima do establecemento	SI

4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Elixiuse a variedade de produtos de acordo coa información comercial dispoñible
CA1.2 Utilizáronse aplicacións informáticas de xestión comercial na análise da variedade de produtos
CA1.3 Calculáronse os coeficientes de ocupación do solo e do espazo para determinar a densidade comercial mediante follas de cálculo informáticas
CA1.4 Distribuíronse os metros lineais do establecemento entre cada familia de produtos e/ou servizos, utilizando programas informáticos
CA1.5 Segmentouse a variedade de produtos en familias e servizos segundo obxectivos comerciais
CA1.6 Aplicáronse métodos de cálculo da dimensión da variedade de produtos para asegurar a rendibilidade do punto de venda
CA1.7 Determinouse o número de referencias de cada familia de produtos e servizos segundo obxectivos comerciais
CA1.8 Realizáronse estudos de análise da competencia e de expectativas dos/as consumidores/as para mellorar a elección da variedade de produtos

4.1.e) Contidos

Contidos
Clasificación de produtos por familias, gamas, categorías, colocación, acondicionamento e codificación.
0Programas informáticos de xestión da variedade de produtos.
Estrutura da variedade de produtos.
Obxectivos, criterios de clasificación e tipoloxía da variedade de produtos.
Métodos de determinación da variedade de produtos.

Contidos
Amplitude, largura e profundidade da variedade de produtos.
Coherencia da variedade de produtos.
Elección de referencias.
Número máximo, mínimo e normal de referencias.
Limiar de supresión de referencias.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	Implantación do surtido no lineal.	22

4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina o procedemento de implantación da variedade de produtos nos lineais segundo criterios comerciais, optimizando as operacións de mantemento e reposición	SI

4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Establecéronse os niveis de exposición do lineal, atendendo ao seu valor comercial
CA2.2 Asignáronse as referencias da variedade de produtos ao lineal en función dos plans de venda
CA2.3 Calculouse o número óptimo de unidades dispostas na fachada dos andeis (facings) para cada referencia segundo criterios comerciais e de organización
CA2.4 Utilizáronse aplicacións informáticas para a optimización do lineal
CA2.5 Determinouse o sistema de organización dos recursos humanos e materiais necesarios nas operacións de colocación, reposición e mantemento dos lineais
CA2.6 Calculouse o número de traballadores/as que se precisa en cada sección ou actividade en función do tempo de implantación dos produtos

Criterios de avaliación
CA2.7 Elaboráronse instrucións claras e precisas de colocación, reposición e mantemento dos lineais para llas transmitir ao equipo humano
CA2.8 Programouse e organizouse a reposición de produtos, asegurando a súa presenza continua no lineal

4.2.e) Contidos

Contidos
O lineal: definición e funcións. Zonas e niveis do lineal. Sistemas de repartición e de reposición do lineal. Tipos de exposicións do lineal. Lineal óptimo. Tempos de exposición. Disposición de artigos na fachada dos andeis (facings). Regras de implantación. Aplicacións informáticas de optimización de lineais. Organización dos recursos humanos en operacións relativas aos lineais.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Rendibilidade da implantación do surtido.	22

4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Calcula a rendibilidade da implantación da variedade de produtos, analizando e corrixindo as posibles desviacións sobre os obxectivos propostos	SI

4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Calculouse o rendemento da superficie de venda, utilizando follas de cálculo informáticas
CA3.2 Utilizáronse os instrumentos cualitativos e cuantitativos, así como os parámetros de xestión e calidade, para valorar de xeito periódico a implantación dos produtos
CA3.3 Calculouse a eficacia financeira dunha familia de produtos mediante o uso de follas de cálculo informáticas
CA3.4 Definíronse os parámetros que implican a supresión dunha referencia da variedade de produtos
CA3.5 Definíronse as variables e os sistemas ou criterios de calidade necesarios para introducir novas referencias na variedade de produtos
CA3.6 Calculouse a rendibilidade das políticas de merchandising mediante a aplicación informática axeitada
CA3.7 Realizáronse informes que reflectan os resultados e as conclusións sobre a rendibilidade das políticas de merchandising aplicadas

4.3.e) Contidos

Contidos
Instrumentos de control cuantitativos e cualitativos.
Parámetros de xestión por categorías: marxe bruta, cifra de facturación, beneficio bruto, índices de circulación, atracción, compra, etc.
Rendibilidade directa do produto.
Análise de resultados e presentación de informes.
Medidas correctoras: supresión e introdución de referencias.
Follas de cálculo.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Accións promocionais do punto de venda.	20

4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Deseña accións promocionais no punto de venda, aplicando técnicas de merchandising axeitadas	SI

4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícaronse e organizáronse as accións de merchandising ou márketing directo adecuadas ao tipo de promoción definido no plan de márketing
CA1.2 Utilizáronse aplicacións informáticas na organización e na planificación das accións promocionais
CA1.3 Calculouse o orzamento necesario para levar a cabo a acción promocional
CA1.4 Definiuse a forma e o contido da mensaxe promocional, consonte o plan de vendas ou promoción
CA1.5 Seleccionáronse os materiais e os soportes comerciais necesarios para as accións promocionais
CA1.6 Identifícaronse os lugares máis idóneos para situar as promocións, de maneira que forcen o percorrido da clientela pola maior parte do establecemento
CA1.7 Realizáronse e colocáronse os indicadores visuais necesarios que dirixan a clientela cara ás zonas promocionais
CA1.8 Simuláronse accións de información e atención á clientela durante a acción promocional, cumprindo os requisitos de amabilidade, claridade e precisión

4.4.e) Contidos

Contidos
Comunicación comercial.
Publicidade no lugar de venda (PLV).
Tipos de elementos de publicidade: stoppers, pancartas, pantallas, carteis, etc.
Publicidade e promoción.
Márketing directo.

Contidos
Público obxectivo. Promocións de fabricante e de distribuidor/ora. Promocións dirixidas aos/ás consumidores/as. Animación de puntos quentes e fríos. Indicadores visuais. Produtos gancho e produtos estrela.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Xestión de produtos e promocións no punto de venda.	20

4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina os procedementos de selección e formación do persoal de promoción no punto de venda, definindo o perfil da persoa candidata e as accións formativas segundo o orzamento dispoñible	SI

4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Definiuse o perfil do persoal de promoción necesario para desenvolver as diferentes accións promocionais
CA2.2 Determináronse as accións formativas adecuadas ao persoal de promoción, en función das características do produto e aplicando técnicas de liderado e traballo en equipo
CA2.3 Identificáronse os tipos de clientela, para lle proporcionar a atención e a información axeitadas durante a acción promocional
CA2.4 Seleccionáronse as instrucións que cumpra transmitirle de xeito claro e preciso ao persoal encargado de realizar as accións promocionais
CA2.5 Analizouse a normativa de seguridade e prevención de riscos laborais, para garantir o seu cumprimento durante a realización das accións promocionais

4.5.e) Contidos

Contidos
Perfil do persoal de promocións comerciais. Tipoloxía da clientela. Formación de persoal de promocións comerciais. Normativa de seguridade e prevención de riscos laborais no punto de venda. Técnicas de manipulación de produtos. Técnicas de liderado e de traballo en equipo.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Controla a eficiencia das accións promocionais, adoptando medidas que optimicen a xestión da actividade.	20

4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Controla a eficiencia das accións promocionais, adoptando medidas que melloren a xestión da actividade	SI

4.6.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Establecéronse procedementos de control que permitan detectar desviacións respecto aos obxectivos
CA3.2 Elaboráronse tests e enquisas de valoración das campañas promocionais que permitan obter información sobre a súa rendibilidade e a súa eficacia
CA3.3 Calculáronse as razóns de control das campañas promocionais mediante programas específicos ou xenéricos de xestión
CA3.4 Detectáronse as desviacións producidas respecto aos obxectivos comerciais planificados

Crterios de avaliación

CA3.5 Propuxéronse as medidas correctoras máis eficaces sobre as desviacións detectadas

4.6.e) Contidos**Contidos**

Crterios de control das accións promocionais.

Índices e razóns económico-financeiras: marxe bruta, taxa de marca, existencias medias, rotación das existencias, rendibilidade bruta, etc. Análise de resultados. Auditorías de márketing. Análise da promoción na web.

Razóns de control de eficacia de accións promocionais: razóns xerais das accións promocionais, do lineal, de márketing e das promocións.

Análise das desviacións. Aplicación de medidas correctoras.

5. Mínimos exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Este módulo consta de 2 unidades formativas (UF), cada unha delas cos seus correspondentes resultados de aprendizaxe (RA), criterios de avaliación (CA) e contidos básicos.

Para superar o módulo débense superar todos os RA.

Para superar cada RA do módulo hai que superar todos e cada un dos CA asociados a devandito RA.

Cada RA ten un peso específico respecto a a cualificación final do módulo que será a media ponderada de todos os RA a condición de que estean todos superados, de acordo á seguinte ponderación:

A UF1 que corresponde a con as unidades didácticas (UD) 1 2 e 3, asociadas aos RA 1 2 e 3 da devandita unidade formativa, teñen unha ponderación dun 17% a UD1, dun 17% a UD2 e dun 18% a UD3 respecto a a cualificación final do módulo.

A UF2 que corresponde coas unidades didácticas 4, 5 e 6 , asociadas aos RA 1, 2 e 3 da devandita unidade formativa, teñen unha ponderación dun 16% cada unha respecto a a cualificación final do módulo.

Todos os Criterios de Avaliación (CA) establécense como mínimos tendo que acadarse o 50% da cualificación de cada un para ter unha avaliación positiva. O cálculo do 50% establecerase no nivel mínimo de logro que corresponda ao instrumento de avaliación empregado.

Os procedementos de avaliación que se aplicarán serán:

a. Probas de coñecementos (supoñerán un 70 % da cualificación final):

i. Consistirán en exames escritos con preguntas curtas e/ou a desenvolver, cuestionarios tipo test ou supostos prácticos.

ii. Conterán instrucións de realización con indicación de a cualificación máxima por preguntas ou apartados.

b. Probas de produto e/ou desempeño (supoñerán un 30 % da cualificación final):

i. Consistirán en tarefas individuais.

ii. Conterán indicacións/instrucións precisas sobre como presentalas, os formatos de presentación, os prazos de presentación e de como se cualificarán (niveis de logro e indicadores).

Para que un alumno/a poida superar o módulo ten que obter como mínimo unha nota igual ou maior a 5 puntos, entre as probas escritas e as tarefas.

70% Proba escrita + 30% Tarefas.

Para poder sumar a nota das tarefas á proba escrita, dita proba escrita ten que ser superada con mínimo 5 puntos.

Realizaranse tres probas escritas, incluíndo en cada unha delas dúas unidades didácticas, ao longo do curso.

O alumno/a que supere as tres probas escritas, realice as tarefas e alcance un mínimo de 5 puntos terá superado o módulo.

O alumno/a que non supere algunha das probas escritas, ou que superándoas, non alcance un mínimo de 5 puntos, terá que presentarse en xuño a unha proba escrita das partes non superadas.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

1. As probas con cualificacións inferiores a 5 puntos deberán ser superadas no mes de xuño.
2. O alumno/a que superando as probas escritas, non alcance un mínimo de 5 puntos, terá que presentarse en xuño a unha proba para poder alcanzar eses 5 puntos. .

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

Non procede neste tipo de ensino.

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

Cada 15 días, farase o seguimento da programación na aplicación informática. Mensualmente se dará conta na reunión de departamento preceptiva deste seguimento.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Presentacións segundo o protocolo xa establecido na aula virtual.

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

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

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

Tendo en conta o anterior no ámbito da familia profesional de Comercio e Marketing, trataranse as seguintes temáticas, de xeito transversal, tanto nas tarefas do profesorado como do alumnado:

1. Valores democráticos e mellora da cohesión social.
2. Loita contra a pobreza e contribución ao desenvolvemento humano.
3. Dereitos Humanos.
4. Protección das minorías e do colectivo LGTBIQ.
5. Dereitos laborais.
6. Respecto das condicións de competencia.
7. Transferencia de tecnoloxía: respecto licenzas e patentes.
8. Preservación do Medio Ambiente. A sustentabilidade.
9. Promoción da igualdade de xénero.
10. Reforzo do respecto dos Dereitos Fundamentais. A protección de datos persoais.



11. Deontoloxía profesional.

12. Identidade dixital: netetiqueta en foros de discusión, envío de correos electrónicos, chats, uso da videoconferencia, etc...

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Neste curso non se prevén.