

1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36015159	Chan do Monte	Marín	2021/2022

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 proba libre

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	2021/2022	0	105	0
MP0927_12	Implantación de produtos	2021/2022	0	55	0
MP0927_22	Accións promocionais en espazos comerciais	2021/2022	0	50	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	CLEMENTINA MARÍA ROSARIO GONZÁLEZ AREA
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP0927_22) RA1 - Deseña accións promocionais no punto de venda, aplicando técnicas de merchandising axeitadas
(MP0927_12) RA1 - Determina a dimensión da variedade de produtos, definindo a colocación estratéxica para conseguir a xestión óptima do establecemento
(MP0927_12) RA3 - Calcula a rendibilidade da implantación da variedade de produtos, analizando e corrixindo as posibles desviacións sobre os obxectivos propostos
(MP0927_22) RA3 - Controla a eficiencia das accións promocionais, adoptando medidas que melloren a xestión da actividade

2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
(MP0927_12) CA1.1 Elixiuse a variedade de produtos de acordo coa información comercial dispoñible
(MP0927_22) CA1.1 Identificáronse e organizáronse as accións de merchandising ou márketing directo adecuadas ao tipo de promoción definido no plan de márketing
(MP0927_12) CA1.2 Utilizáronse aplicacións informáticas de xestión comercial na análise da variedade de produtos
(MP0927_22) CA1.2 Utilizáronse aplicacións informáticas na organización e na planificación das accións promocionais
(MP0927_12) CA1.3 Calculáronse os coeficientes de ocupación do solo e do espazo para determinar a densidade comercial mediante follas de cálculo informáticas
(MP0927_22) CA1.3 Calculouse o orzamento necesario para levar a cabo a acción promocional
(MP0927_12) CA1.4 Distribuíronse os metros lineais do establecemento entre cada familia de produtos e/ou servizos, utilizando programas informáticos
(MP0927_22) CA1.4 Definiuse a forma e o contido da mensaxe promocional, consonte o plan de vendas ou promoción
(MP0927_22) CA1.5 Seleccionáronse os materiais e os soportes comerciais necesarios para as accións promocionais
(MP0927_12) CA1.5 Segmentouse a variedade de produtos en familias e servizos segundo obxectivos comerciais
(MP0927_22) CA1.6 Identificáronse os lugares máis idóneos para situar as promocións, de maneira que forcen o percorrido da clientela pola maior parte do establecemento
(MP0927_12) CA1.6 Aplicáronse métodos de cálculo da dimensión da variedade de produtos para asegurar a rendibilidade do punto de venda
(MP0927_12) CA1.7 Determinouse o número de referencias de cada familia de produtos e servizos segundo obxectivos comerciais
(MP0927_22) CA1.7 Realizáronse e colocáronse os indicadores visuais necesarios que dirixan a clientela cara ás zonas promocionais
(MP0927_12) CA1.8 Realizáronse estudos de análise da competencia e de expectativas dos/as consumidores/as para mellorar a elección da variedade de produtos
(MP0927_22) CA1.8 Simuláronse accións de información e atención á clientela durante a acción promocional, cumprindo os requisitos de amabilidade, claridade e precisión
(MP0927_22) CA3.1 Establecéronse procedementos de control que permitan detectar desviacións respecto aos obxectivos
(MP0927_12) CA3.1 Calculouse o rendemento da superficie de venda, utilizando follas de cálculo informáticas

Criterios de avaliación do currículo
(MP0927_22) CA3.2 Elaboráronse tests e enquisas de valoración das campañas promocionais que permitan obter información sobre a súa rendibilidade e a súa eficacia
(MP0927_12) CA3.3 Calculouse a eficacia financeira dunha familia de produtos mediante o uso de follas de cálculo informáticas
(MP0927_22) CA3.3 Calculáronse as razóns de control das campañas promocionais mediante programas específicos ou xenéricos de xestión
(MP0927_22) CA3.4 Detectáronse as desviacións producidas respecto aos obxectivos comerciais planificados
(MP0927_22) CA3.5 Propuxéronse as medidas correctoras máis eficaces sobre as desviacións detectadas
(MP0927_12) CA3.5 Definíronse as variables e os sistemas ou criterios de calidade necesarios para introducir novas referencias na variedade de produtos
(MP0927_12) CA3.7 Realizáronse informes que reflectan os resultados e as conclusións sobre a rendibilidade das políticas de merchandising aplicadas

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP0927_12) RA2 - Determina o procedemento de implantación da variedade de produtos nos lineais segundo criterios comerciais, optimizando as operacións de mantemento e reposición
(MP0927_22) 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
(MP0927_12) RA3 - Calcula a rendibilidade da implantación da variedade de produtos, analizando e corrixindo as posibles desviacións sobre os obxectivos propostos

2.2.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
(MP0927_22) CA2.1 Defínese o perfil do persoal de promoción necesario para desenvolver as diferentes accións promocionais
(MP0927_12) CA2.1 Establecéronse os niveis de exposición do lineal, atendendo ao seu valor comercial
(MP0927_12) CA2.2 Asignáronse as referencias da variedade de produtos ao lineal en función dos plans de venda
(MP0927_22) 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
(MP0927_12) CA2.3 Calculouse o número óptimo de unidades dispostas na fachada dos andeis (facings) para cada referencia segundo criterios comerciais e de organización
(MP0927_22) CA2.3 Identificáronse os tipos de clientela, para lle proporcionar a atención e a información axeitadas durante a acción promocional
(MP0927_12) CA2.4 Utilizáronse aplicacións informáticas para a optimización do lineal
(MP0927_22) CA2.4 Seleccionáronse as instrucións que cumpra transmitirle de xeito claro e preciso ao persoal encargado de realizar as accións promocionais
(MP0927_12) CA2.5 Determinouse o sistema de organización dos recursos humanos e materiais necesarios nas operacións de colocación, reposición e mantemento dos lineais
(MP0927_22) CA2.5 Analizouse a normativa de seguridade e prevención de riscos laborais, para garantir o seu cumprimento durante a realización das accións promocionais
(MP0927_12) 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 do currículo

(MP0927_12) CA2.7 Elaboráronse instrucións claras e precisas de colocación, reposición e mantemento dos lineais para llas transmitir ao equipo humano

(MP0927_12) CA2.8 Programouse e organizouse a reposición de produtos, asegurando a súa presenza continua no lineal

(MP0927_12) 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

(MP0927_12) CA3.4 Definíronse os parámetros que implican a supresión dunha referencia da variedade de produtos

(MP0927_12) CA3.6 Calculouse a rendibilidade das políticas de merchandising mediante a aplicación informática axeitada

3. Mínimos exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

A proba teórica consistirá nun ou varios exames de preguntas curtas ou tipo test, con valoración negativa nas respostas erróneas, é será necesario acadar un 5 para superar a proba e poder acceder a parte práctica, xa que a teórica é eliminatoria. A proba teórica dividírase en varios bloques que se indicarán no exame, e será imprescindible a superación por separado de cada un destes (cualificación igual ou superior a 5), para superar a proba. Esta parte suporá o 60% da nota final.

Para superar a parte práctica deberá ter unha cualificación igual ou superior a 5 en cada un dos bloques que se indiquen e suporá o 40% da nota final. Esta parte práctica consistirá en varios exercicios de cálculo de prezos, e de propostas de marketing- mix, como novos produtos, canles de distribución axeitados a un produto, ou propostas de comunicación, para superala deberá ter unha cualificación igual ou superior a 5 en cada un dos bloques que se indiquen na proba.

Ambas probas se corresponderán cos RAs indicados no punto 2b

Os aspirantes deberán vir provistos de: Bolígrafo e calculadora

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Farase unha batería de preguntas tipo test e/ou preguntas curtas que versarán sobre unha mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación para esta parte. No caso de preguntas tipo test, o aspirante deberá elixir a resposta correcta entre as posibles alternativas que se plantexen. Neste último caso, as preguntas contestadas de forma incorrecta descontaran a terceira parte do valor que teñan as contestadas correctamente. Esta parte terá unha duración de 90 minutos.

A nota acadada debe ser superior a 5 para poder facer a segunda parte da proba

O Aspirante Deberá Acudir Dun Bolígrafo De Tinta Negra Ou Azul

4.b) Segunda parte da proba

Deseñase unha proba práctica que consistirá no desenvolvemento de un ou varios supostos que versarán sobre unha mostra significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación, incluíndo resolución de exercicios que teñan que ver con: Cálculo dos custos fixos e variables, Cálculo do precio de ventas, creación dun novo produto ou unha nova liña de produtos, deseño dos canles mais axeitados para un produto determinado ou facer unha proposta dunha campaña de publicidade ou de promoción de un determinado produto. O Aspirante Deberá Acudir Dun Bolígrafo De Tinta Negra Ou Azul e calculadora