

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36015159	Chan do Monte	Marín	2022/2023

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CMCOM01	Actividades comerciais	Ciclos formativos de grao medio	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1231	Dinamización do punto de venda	2022/2023	0	160	0
MP1231_12	Organización da superficie comercial e merchandising	2022/2023	0	110	0
MP1231_22	Rotulación, cartelaría e escaparatismo	2022/2023	0	50	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	ALMUDENA ORJALES SOMOZA
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
(MP1231_22) RA1 - Realiza traballos de decoración, sinalética, rotulación e cartelaría, aplicando técnicas de publicidade e animación no punto de venda
(MP1231_12) RA1 - Organiza a superficie comercial, aplicando técnicas de aproveitamento óptimo de espazos e criterios de seguridade e hixiene
(MP1231_22) RA2 - Realiza os escaparates adecuados ás características esenciais dos establecementos e coida os elementos exteriores, aplicando técnicas profesionais
(MP1231_12) RA2 - Coloca, expón e repón os produtos na zona de venda, atendendo a criterios comerciais, a condicións de seguridade e á normativa
(MP1231_12) RA3 - Determina accións promocionais para rendibilizar os espazos de establecementos comerciais, aplicando técnicas para incentivar a venda, e para a captación e fidelización de clientela
(MP1231_12) RA4 - Aplica métodos de control de accións de merchandising e avalía os resultados obtidos

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
(MP1231_12) CA1.1 Identifícanse os trámites oportunos para a obtención de licenzas e autorizacións de elementos externos na vía pública
(MP1231_22) CA1.1 Animouse e decorouse o establecemento segundo a planificación anual, dinamizándoo segundo a política comercial do establecemento
(MP1231_12) CA1.2 Dispuxéronse os elementos da tenda, da moblaxe e de exposición, segundo as necesidades da superficie de venda
(MP1231_22) CA1.2 Elaborouse papelería segundo o libro de estilo corporativo dun establecemento
(MP1231_12) CA1.3 Determináronse as principais técnicas de merchandising que se utilizan na distribución dunha superficie de venda
(MP1231_22) CA1.3 Asociáronse tipografías cos efectos que producen na poboación consumidora
(MP1231_12) CA1.4 Definíronse as características dunha zona fría e dunha zona quente nun establecemento comercial
(MP1231_22) CA1.4 Elaboráronse formas de cartelaría acordes con cada posicionamento e coa sinalética
(MP1231_12) CA1.5 Determináronse métodos para reducir barreiras psicolóxicas e físicas de acceso ao establecemento comercial
(MP1231_22) CA1.5 Creáronse mensaxes que se lle queiran transmitir á clientela mediante as técnicas de rotulación, combinando materiais que consigan a harmonización entre forma, textura e cor
(MP1231_12) CA1.6 Descríbense as medidas que se aplican nos establecementos comerciais para conseguir que a circulación da clientela sexa fluída e poida permanecer o máximo tempo posible no interior
(MP1231_22) CA1.6 Utilizáronse programas informáticos de edición ao realizar carteis para o establecemento
(MP1231_12) CA1.7 Descríbense os criterios que se utilizan na distribución lineal do solo por familia de produtos, explicando vantaxes e inconvenientes
(MP1231_22) CA1.7 Montáronse os elementos decorativos en condicións de seguridade e prevención de riscos laborais
(MP1231_12) CA1.8 Identifícase a normativa de seguridade e hixiene referida á distribución en planta dunha superficie comercial
(MP1231_12) CA2.1 Delimitáronse as dimensións da variedade de produtos
(MP1231_22) CA2.1 Analízase un estudo no que se analice o deseño e a montaxe de escaparates en establecementos comerciais de diferentes tipos

Criterios de avaliación do currículo
(MP1231_12) CA2.2 Estableceuse o número de referencias segundo características dos produtos, espazo dispoñible e tipo de lineal
(MP1231_22) CA2.2 Explicáronse os efectos psicolóxicos que producen na poboación consumidora as técnicas utilizadas en escaparatismo
(MP1231_12) CA2.3 Realizáronse simulacións de rotación dos produtos nos lineais dun establecemento comercial
(MP1231_22) CA2.3 Argumentáronse as funcións e os obxectivos que pode ter un escaparate
(MP1231_12) CA2.4 Analizáronse os efectos que producen na poboación consumidora os modos de colocación de produtos nos lineais
(MP1231_22) CA2.4 Definíronse os criterios de valoración do impacto que pode producir un escaparate no volume de vendas
(MP1231_12) CA2.5 Clasificáronse os produtos en familias, consonte a normativa
(MP1231_22) CA2.5 Especificáronse os criterios de selección dos materiais que se vaian utilizar e o orzamento dispoñible
(MP1231_12) CA2.6 Identificáronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos en diversos niveis, zonas do lineal e posicións
(MP1231_22) CA2.6 Definíronse os criterios de composición e montaxe dos escaparates, atendendo a criterios comerciais
(MP1231_12) CA2.7 Interpretáronse planogramas de implantación e reposición de produtos no lineal
(MP1231_22) CA2.7 Deseñáronse escaparates aplicando os métodos axeitados e as técnicas precisas, segundo un bosquexo
(MP1231_12) CA2.8 Realizouse a distribución e a colocación dos produtos no lineal, aplicando técnicas de merchandising
(MP1231_22) CA2.8 Montáronse escaparates con obxectivos comerciais diversos
(MP1231_12) CA3.1 Descríbíronse os medios promocionais que habitualmente se utilizan nun pequeno establecemento comercial
(MP1231_12) CA3.2 Enumeráronse as principais técnicas psicolóxicas que se aplican nunha acción promocional
(MP1231_12) CA3.3 Consideráronse as situacións susceptibles de introducir unha acción promocional
(MP1231_12) CA3.4 Programáronse, segundo as necesidades comerciais e o orzamento, as accións máis axeitadas
(MP1231_12) CA3.5 Seleccionouse a acción promocional máis axeitada para os obxectivos comerciais
(MP1231_12) CA4.1 Estableceuse o procedemento de obtención do valor das razóns de control
(MP1231_12) CA4.2 Descríbíronse os instrumentos de medida que se utilizan para valorar a eficacia dunha acción promocional
(MP1231_12) CA4.3 Calculáronse as razóns que se utilizan para o control das accións de merchandising
(MP1231_12) CA4.4 Avaliouse a eficacia da acción promocional, utilizando as principais razóns que a cuantifican
(MP1231_12) CA4.5 Realizáronse informes onde se interpreten e se argumenten os resultados obtidos

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo

(MP1231_22) RA1 - Realiza traballos de decoración, sinalética, rotulación e cartellaría, aplicando técnicas de publicidade e animación no punto de venda
(MP1231_12) RA1 - Organiza a superficie comercial, aplicando técnicas de aproveitamento óptimo de espazos e criterios de seguridade e hixiene
(MP1231_22) RA2 - Realiza os escaparates adecuados ás características esenciais dos establecementos e cuida os elementos exteriores, aplicando técnicas profesionais
(MP1231_12) RA2 - Coloca, expón e repón os produtos na zona de venda, atendendo a criterios comerciais, a condicións de seguridade e á normativa
(MP1231_12) RA3 - Determina accións promocionais para rendibilizar os espazos de establecementos comerciais, aplicando técnicas para incentivar a venda, e para a captación e fidelización de clientela
(MP1231_12) RA4 - Aplica métodos de control de accións de merchandising e avalía os resultados obtidos

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

(MP1231_12) CA1.1 Identificáronse os trámites oportunos para a obtención de licenzas e autorizacións de elementos externos na vía pública
(MP1231_22) CA1.1 Animouse e decorouse o establecemento segundo a planificación anual, dinamizándoo segundo a política comercial do establecemento
(MP1231_12) CA1.2 Dispuxéronse os elementos da tenda, da moblaxe e de exposición, segundo as necesidades da superficie de venda
(MP1231_22) CA1.2 Elaborouse papelería segundo o libro de estilo corporativo dun establecemento
(MP1231_12) CA1.3 Determináronse as principais técnicas de merchandising que se utilizan na distribución dunha superficie de venda
(MP1231_22) CA1.3 Asociáronse tipografías cos efectos que producen na poboación consumidora
(MP1231_12) CA1.4 Definíronse as características dunha zona fría e dunha zona quente nun establecemento comercial
(MP1231_22) CA1.4 Elaboráronse formas de cartellaría acordes con cada posicionamento e coa sinalética
(MP1231_12) CA1.5 Determináronse métodos para reducir barreiras psicolóxicas e físicas de acceso ao establecemento comercial
(MP1231_22) CA1.5 Creáronse mensaxes que se lle queiran transmitir á clientela mediante as técnicas de rotulación, combinando materiais que consigan a harmonización entre forma, textura e cor
(MP1231_12) CA1.6 Descríbense as medidas que se aplican nos establecementos comerciais para conseguir que a circulación da clientela sexa fluída e poida permanecer o máximo tempo posible no interior
(MP1231_22) CA1.6 Utilizáronse programas informáticos de edición ao realizar carteis para o establecemento
(MP1231_12) CA1.7 Descríbense os criterios que se utilizan na distribución lineal do solo por familia de produtos, explicando vantaxes e inconvenientes
(MP1231_22) CA1.7 Montáronse os elementos decorativos en condicións de seguridade e prevención de riscos laborais
(MP1231_12) CA1.8 Identificouse a normativa de seguridade e hixiene referida á distribución en planta dunha superficie comercial
(MP1231_12) CA2.1 Delimitáronse as dimensións da variedade de produtos
(MP1231_22) CA2.1 Analizouse un estudo no que se analice o deseño e a montaxe de escaparates en establecementos comerciais de diferentes tipos
(MP1231_12) CA2.2 Estableceuse o número de referencias segundo características dos produtos, espazo dispoñible e tipo de lineal
(MP1231_22) CA2.2 Explicáronse os efectos psicolóxicos que producen na poboación consumidora as técnicas utilizadas en escaparatismo

Criterios de avaliación do currículo
(MP1231_12) CA2.3 Realizáronse simulacións de rotación dos produtos nos lineais dun establecemento comercial
(MP1231_22) CA2.3 Argumentáronse as funcións e os obxectivos que pode ter un escaparate
(MP1231_12) CA2.4 Analizáronse os efectos que producen na poboación consumidora os modos de colocación de produtos nos lineais
(MP1231_22) CA2.4 Definíronse os criterios de valoración do impacto que pode producir un escaparate no volume de vendas
(MP1231_12) CA2.5 Clasificáronse os produtos en familias, consonte a normativa
(MP1231_22) CA2.5 Especificáronse os criterios de selección dos materiais que se vaian utilizar e o orzamento dispoñible
(MP1231_12) CA2.6 Identificáronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos en diversos niveis, zonas do lineal e posicións
(MP1231_22) CA2.6 Definíronse os criterios de composición e montaxe dos escaparates, atendendo a criterios comerciais
(MP1231_12) CA2.7 Interpretáronse planogramas de implantación e reposición de produtos no lineal
(MP1231_22) CA2.7 Deseñáronse escaparates aplicando os métodos axeitados e as técnicas precisas, segundo un bosquexo
(MP1231_12) CA2.8 Realizouse a distribución e a colocación dos produtos no lineal, aplicando técnicas de merchandising
(MP1231_22) CA2.8 Montáronse escaparates con obxectivos comerciais diversos
(MP1231_12) CA3.1 Descríbironse os medios promocionais que habitualmente se utilizan nun pequeno establecemento comercial
(MP1231_12) CA3.2 Enumeráronse as principais técnicas psicolóxicas que se aplican nunha acción promocional
(MP1231_12) CA3.3 Consideráronse as situacións susceptibles de introducir unha acción promocional
(MP1231_12) CA3.4 Programáronse, segundo as necesidades comerciais e o orzamento, as accións máis axeitadas
(MP1231_12) CA3.5 Selecionouse a acción promocional máis axeitada para os obxectivos comerciais
(MP1231_12) CA4.1 Estableceuse o procedemento de obtención do valor das razóns de control
(MP1231_12) CA4.2 Descríbironse os instrumentos de medida que se utilizan para valorar a eficacia dunha acción promocional
(MP1231_12) CA4.3 Calculáronse as razóns que se utilizan para o control das accións de merchandising
(MP1231_12) CA4.4 Avaliouse a eficacia da acción promocional, utilizando as principais razóns que a cuantifican
(MP1231_12) CA4.5 Realizáronse informes onde se interpreten e se argumenten os resultados obtidos

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

CA1.1-Identificáronse os trámites oportunos para a obtención de licenzas e autorizacións de elementos externos na vía pública

- CA1.2-Dispuxéronse os elementos da tenda, da moblaxe e de exposición, segundo as necesidades da superficie de venda
- CA1.3-Determináronse as principais técnicas de merchandising que se utilizan na distribución dunha superficie de venda
- CA1.4-Definíronse as características dunha zona fría e dunha zona quente nun establecemento comercial
- CA1.5-Identificouse a normativa de seguridade e hixiene referida á distribución en planta dunha superficie comercial
- CA2.1-Estableceuse o número de referencias segundo características dos produtos, espazo dispoñible e tipo de lineal
- CA2.2-Clasificáronse os produtos en familias, consonte a normativa
- CA2.3-Identificáronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos en diversos niveis, zonas do lineal e posicións
- CA2.4-Realizouse a distribución e a colocación dos produtos no lineal, aplicando técnicas de merchandising
- CA3.1-Describíronse os medios promocionais que habitualmente se utilizan nun pequeno establecemento comercial
- CA3.2-Enumeráronse as principais técnicas psicolóxicas que se aplican nunha acción promocional
- CA4.1-Describíronse os instrumentos de medida que se utilizan para valorar a eficacia dunha acción promocional
- CA4.2-Calculáronse as razóns que se utilizan para o control das accións de merchandising
- CA1.1-Elaborouse papelería segundo o libro de estilo corporativo dun establecemento
- CA1.2-Asociáronse tipografías cos efectos que producen na poboación consumidora
- CA1.3-Elaboráronse formas de cartelería acordes con cada posicionamento e coa sinalética
- CA1.4-Montáronse os elementos decorativos en condicións de seguridade e prevención de riscos laborais
- CA2.1-Explicáronse os efectos psicolóxicos que producen na poboación consumidora as técnicas utilizadas en escaparatismo
- CA2.2-Argumentáronse as funcións e os obxectivos que pode ter un escaparate
- CA2.3-Definíronse os criterios de valoración do impacto que pode producir un escaparate no volume de vendas
- CA2.4-Especificáronse os criterios de selección dos materiais que se vaian utilizar e o orzamento dispoñible
- CA2.5-Deseñáronse escaparates aplicando os métodos axeitados e as técnicas precisas, segundo un bosquexo

Na avaliación realizaranse doas probas. Cada un deles está dividido en dúas partes por UF: 1ª) con contidos teóricos e, no caso de ser superado 2ª) proba con contidos prácticos sobre as mesmas unidades. O aspirante deberá obter como mínimo para facer media a metade da puntuación de cada unha das probas.

1ª PARTE TEÓRICA: Puntuación máxima 5 puntos (Tipo Tests, definicións, preguntas cortas, unir, cumprimentar táboas, etc)

2ª PARTE PRÁCTICA: Puntuación máxima 5 puntos.

A nota de avaliación formaríase coa suma das notas acadadas nas dúas probas, esixindo un mínimo dun 3 en cada un, así se un alumno obtivo na primeira proba un 0 e na segunda un 7 non cumpriría a condición esixida tendo unha nota de avaliación de 4. Sen embargo, un alumno con nota de 3 nun e 7 noutro tería superada a avaliación con nota de 5.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Terá carácter eliminatorio e consistirá nunha proba escrita que versará sobre una mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación para esta parte. Poderá ser tipo test e/ou preguntas cortas relativas ós conceptos necesarios para garantir a consecución dos criterios indicados no punto 3. No caso das preguntas tipo test, o aspirante deberá elixir a resposta correcta entre as posibles alternativas que se lle plantexen. Neste último caso, as preguntas contestadas de xeito incorrecto descontarán a metade do valor que teñan as contestadas correctamente.

O aspirante debe acudir provisto de:

Bolígrafo

DNI

Ningunha proba será repetido para os alumnos que non son presentados na data e hora convocado.

4.b) Segunda parte da proba

Terá carácter eliminatorio e consistirá no desenvolvemento de un ou varios supostos prácticos que versarán sobre una mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos no punto 3. Para a súa superación as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual o superior á metade do valor total da proba.

Empregarase se é preciso pola natureza da proba, material para o montaxe dun escaparate, cartalería, calculadora, ordenador e conexión a Internet.

O aspirante debe acudir provisto de:

Bolígrafo

DNI

Non se repetiran os exames a aqueles alumnos que non se presentasen na data e hora convocados.