

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

MÓDULO PROFESIONAL:

GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PROMOCIONES EN EL PUNTO DE VENTA

CURSO 2018/19

CFGS GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS
COMERCIALES (2º CURSO)

DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y MARKETING
I.E.S. LA ERÍA (OVIEDO)

INDICE	Página
1. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO.....	2
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES	4
3. OBJETIVOS GENERALES.....	4
4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	6
5. OBTENCIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.....	7
- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.	
- MINIMOS EXIGIBLES	
-	
6. SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS.....	13
7. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.....	14
8. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.....	22
9. METODOLOGÍA.....	23
10. EVALUACIÓN.....	33
10.1 PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	24
10.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	24
10.3 ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN.....	26
10.4 EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE SEPTIEMBRE.....	26
10.5 NORMAS DE ASISTENCIA A CLASE.....	26
11. INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS TRANSVERSALES.....	27
12. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	27
13. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	28
14. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	28

1. INTRODUCCIÓN.

DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO

Módulo Profesional	GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PROMOCIONES EN EL PUNTO DE VENTA
Código	0927
Ciclo Formativo	GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES
Nivel Profesional	GRADO SUPERIOR
Curso	2º
Duración	100 horas
Equivalencia en créditos	6
Tipo de módulo	Asociado a las unidades de competencia: UC0503_3: Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales. UC0502_3: Organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta.
Objetivos Generales del Ciclo	
Competencias del Título	
Normativa que regula el título	<ul style="list-style-type: none"> – REAL DECRETO 1573/2011, DE 4 DE NOVIEMBRE, POR EL QUE SE ESTABLECE EL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES Y SE FIJAN SUS ENSEÑANZAS MÍNIMAS.(BOE del 13/12/2011) – DECRETO 7/2014, DE 28 DE ENERO, POR EL QUE SE ESTABLECE EL CURRÍCULO DEL CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR DE FORMACIÓN PROFESIONAL EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES.(BOPA del 08/02/2014).
Referente europeo	CINE-3b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).
Especialidad del Profesorado	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Familia Profesional	COMERCIO Y MARKETING

2. COMPETENCIAS PROFESIONALES.

Competencias Profesionales (CP): Según Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre.

Relación de Competencias profesionales, respetando la letra con la que aparece en el Real Decreto.

f) Organizar y controlar la implantación de productos y/o servicios y el desarrollo de acciones promocionales en espacios comerciales, determinando el surtido y las líneas de actuación de campañas promocionales para conseguir los objetivos comerciales establecidos.

l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.

p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

q) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.

r) 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.

3. OBJETIVOS GENERALES.

Objetivos Generales (OG): Según Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre.

Relación de Objetivos generales, respetando la letra con la que aparece en el Real Decreto.

h) Determinar la amplitud y profundidad del surtido y su ubicación en la superficie de venta, asignando recursos materiales y humanos según criterios de eficacia, para organizar y controlar la implantación de productos y/o servicios.

i) Determinar el plan de campañas promocionales, seleccionando y formando recursos humanos, para organizar y controlar el desarrollo de acciones promocionales en espacios comerciales.

o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención, personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.

u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

w) 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.

x) 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. RESULTADOS DE APRENDIZAJE.

Resultados de aprendizaje (RA): Según Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre.

Relación de Resultados de aprendizaje, respetando el número con el que aparece en el Real Decreto.

1. Determina la dimensión del surtido de productos, definiendo el posicionamiento estratégico para conseguir la gestión óptima del establecimiento.
2. Determina el procedimiento de implantación del surtido de productos en los lineales según criterios comerciales, optimizando las operaciones de mantenimiento y reposición.
3. Calcula la rentabilidad de la implantación del surtido, analizando y corrigiendo las posibles desviaciones sobre los objetivos propuestos.
4. Diseña acciones promocionales en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising adecuadas.
5. Determina los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta, definiendo el perfil de la candidatura y las acciones formativas según el presupuesto disponible.
6. Controla la eficiencia de las acciones promocionales, adoptando medidas que optimicen la gestión de la actividad.

5. OBTENCIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE.

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDAD DE TRABAJO (UT)
<p>RA1. Determina la dimensión del surtido de productos, definiendo el posicionamiento estratégico para conseguir la gestión óptima del establecimiento.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <p>a) Se ha elegido el surtido de productos de acuerdo con la información comercial disponible.</p> <p>b) Se han utilizado aplicaciones informáticas de gestión comercial en el análisis del surtido.</p> <p>c) Se han calculado los coeficientes de ocupación del suelo y del espacio para determinar la densidad comercial mediante hojas de cálculo informáticas.</p> <p>d) Se han distribuido los metros lineales del establecimiento entre cada familia de productos y/o servicios, utilizando programas informáticos.</p> <p>e) Se ha segmentado el surtido en familias de productos y servicios según objetivos comerciales.</p> <p>f) Se han aplicado métodos de cálculo de la dimensión del surtido para asegurar la rentabilidad del punto de venta.</p> <p>g) Se ha determinado el número de referencias de cada familia de productos y servicios según objetivos comerciales.</p> <p>h) Se han realizado estudios de análisis de la competencia y de expectativas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Elige el surtido de productos de acuerdo con la información comercial disponible. - Conoce las aplicaciones informáticas de gestión comercial en el análisis del surtido. - Realiza cálculos de coeficientes para determinar la densidad comercial mediante hojas de cálculo. - Utiliza programas informáticos para distribuir lineales. - Determina la rentabilidad del punto de venta a partir de la dimensión del producto. - Determina el número de referencias de cada familia de productos. - Establece niveles de exposición del lineal, atendiendo a su valor 	<p>UT 1: Determinación de la dimensión del surtido de productos.</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDAD DE TRABAJO (UT)
<p>de quienes consuman para mejorar la elección del surtido.</p> <p>RA 2. Determina el procedimiento de implantación del surtido de productos en los lineales según criterios comerciales, optimizando las operaciones de mantenimiento y reposición.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <p>a) Se han establecido los niveles de exposición del lineal, atendiendo a su valor comercial.</p> <p>b) Se han asignado las referencias del surtido al lineal en función de los planes de venta.</p> <p>c) Se ha calculado el número óptimo de facings para cada referencia según criterios comerciales y de organización.</p> <p>d) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la optimización del lineal.</p> <p>e) Se ha determinado el sistema de organización de los recursos humanos y materiales necesarios en las operaciones de ubicación, reposición y mantenimiento de los lineales.</p> <p>f) Se ha calculado el número de personal necesario en cada sección o actividad en función del tiempo de implantación de los productos.</p> <p>g) Se han elaborado instrucciones claras y precisas de ubicación, reposición y mantenimiento de los lineales para ser transmitidas al equipo humano.</p> <p>h) Se ha programado y organizado la reposición de productos, asegurando su presencia continua en el lineal.</p> <p>RA 3. Calcula la rentabilidad de la implantación del surtido, analizando y</p>	<p>comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se asignan referencias de surtidos - Calcula el nº óptimo de facings para cada referencia. - Conoce las - aplicaciones informáticas para la optimización del lineal - Determina el sistema de organización de organización de los recursos humanos y materiales necesarios. - Calcula el personal necesario. - Elabora unas instrucciones claras y precisas de ubicación, reposición y mantenimiento de los lineales. - Sabe programar y organizar la reposición de productos, asegurando su presencia continua en el lineal. 	<p>UT 2: Determinación del procedimiento de implantación del surtido de productos o servicios en los lineales.</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDAD DE TRABAJO (UT)
<p>corrigiendo las posibles desviaciones sobre los objetivos propuestos.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <p>a) Se ha calculado el rendimiento de la superficie de venta, utilizando hojas de cálculo informáticas.</p> <p>b) Se han utilizado los diferentes instrumentos cualitativos y cuantitativos así como los parámetros de gestión y calidad, para valorar de forma periódica la implantación de los productos.</p> <p>c) Se ha calculado la eficacia financiera de una familia de productos mediante el uso de hojas de cálculo informáticas.</p> <p>d) Se han definido los parámetros que implican la supresión de una referencia del surtido.</p> <p>e) Se han definido las variables, sistemas o criterios de calidad necesarios para introducir nuevas referencias en el surtido.</p> <p>f) Se ha calculado la rentabilidad de las políticas de merchandising mediante la aplicación informática adecuada.</p> <p>g) Se han realizado informes que reflejen los resultados y conclusiones sobre la rentabilidad de las políticas de merchandising aplicadas.</p> <p>RA 4. Diseña acciones promocionales en el punto de venta, aplicando</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sabe utilizar hojas de cálculo para calcular el rendimiento de la superficie de venta y la eficacia financiera de una familia de productos - Define los parámetros que implican la supresión de una referencia del surtido. - Introduce nuevas referencias de surtido a partir de unas variables, sistemas o criterios de calidad definidas previamente. - Conoce las aplicaciones informáticas para calcular la rentabilidad de las políticas de merchandising realizando posteriormente los informes de resultados. 	<p>UT 3: Cálculo de la rentabilidad de la implantación del surtido.</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDAD DE TRABAJO (UT)
<p>técnicas de merchandising adecuadas.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <p>a) Se han identificado y organizado las acciones de <i>merchandising</i> o marketing directo adecuadas al tipo de promoción definido en el plan de marketing.</p> <p>b) Se han utilizado aplicaciones informáticas en la organización y planificación de las acciones promocionales.</p> <p>c) Se ha calculado el presupuesto necesario para llevar a cabo la acción promocional.</p> <p>d) Se ha definido la forma y el contenido del mensaje promocional, de acuerdo con el plan de ventas o promoción.</p> <p>e) Se han seleccionado los materiales y soportes comerciales necesarios para las acciones promocionales.</p> <p>f) Se han identificado los lugares más idóneos para ubicar las promociones, de forma que fueren el recorrido de la clientela por la mayor parte del establecimiento.</p> <p>g) Se han realizado y colocado los indicadores visuales necesarios que dirijan a la clientela hacia las zonas promocionales.</p> <p>h) Se han simulado acciones de información y atención a la clientela durante la acción promocional, cumpliendo los requisitos de amabilidad, claridad y precisión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar acciones de <i>merchandising</i> o marketing directo adecuadas. - Realizar presupuestos. - Definir la forma y el contenido de un mensaje promocional. - Seleccionar materiales y soportes comerciales necesarios para las acciones promocionales.. - Identificar los lugares más idóneos para ubicar las promociones, colocando los indicadores visuales para dirigir a la clientela. - Simular acciones de información y atención al cliente durante la promoción. - Utilizar aplicaciones informáticas en la organización y planificación de las acciones promocionales. 	<p>UT 4: Diseño de las acciones promocionales en el punto de venta.</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDAD DE TRABAJO (UT)
<p>RA 5. Determina los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta, definiendo el perfil de la candidatura y las acciones formativas según el presupuesto disponible.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <p>a) Se ha definido el perfil del personal de promoción necesario para desarrollar las diferentes acciones promocionales.</p> <p>b) Se han determinado las acciones formativas adecuadas al personal de promoción, en función de las diferentes características del producto y aplicando técnicas de liderazgo y trabajo en equipo.</p> <p>c) Se han identificado los diferentes tipos de clientela, para proporcionarles la adecuada atención e información durante la acción promocional.</p> <p>d) Se han seleccionado las instrucciones que han de transmitirse de forma clara y precisa al personal encargado de realizar las acciones promocionales.</p> <p>e) Se ha analizado la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales, para garantizar su cumplimiento durante la realización de las acciones promocionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Definir el perfil del personal de promoción. - Determinar las acciones formativas adecuadas al personal de promoción. - Proporcionar la información y atención adecuada a la clientela. - Transmitir instrucciones de forma clara al personal de promoción. - Conoce la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales en las acciones promocionales. 	<p>UT 5: Determinación de los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta.</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDAD DE TRABAJO (UT)
<p>RA 6. Controla la eficiencia de las acciones promocionales, adoptando medidas que optimicen la gestión de la actividad.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Se han establecido procedimientos de control que permitan detectar desviaciones respecto a los objetivos. b) Se han elaborado test y encuestas de valoración de las campañas promocionales que nos permitan obtener información sobre su rentabilidad y eficacia. c) Se han calculado los ratios de control de las campañas promocionales mediante programas específicos o genéricos de gestión. d) Se han detectado las desviaciones producidas respecto a los objetivos comerciales planificados. e) Se han propuesto las medidas correctoras más eficaces sobre las desviaciones detectadas. 	<ul style="list-style-type: none"> – Analiza la eficiencia de las acciones promocionales para detectar desviaciones respecto a los objetivos estableciendo medidas correctoras. – Realiza test y encuestas de valoración de las campañas promocionales. – Utilizando programas específicos de gestión calculado los ratios de control. 	<p>UT 6: Control de la eficiencia de las acciones promocionales</p>

6. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.SECUENCIA Y Nº DE HORAS QUE SE ASIGNAN A LAS UNIDADES DE TRABAJO.

MÓDULO PROFESIONAL:GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PROMOCIONES EN EL PUNTO DE VENTA		
SECUENCIA	Nº HORAS	DESCRIPCIÓN COMPLETA DE LA UT
UT 01	20	Determinación de la dimensión del surtido de productos. Se analiza y estudia el surtido de productos
UT02	20	Determinación del procedimiento de implantación del surtido de productos o servicios en los lineales. Se analiza y estudia la implantación de los mismos en el punto de venta.
UT 03	10	Cálculo de la rentabilidad de la implantación del surtido. Se realiza el cálculo de la rentabilidad de la implantación del surtido
UT 04	20	Diseño de las acciones promocionales en el punto de venta. Se diseñan las acciones promocionales en el punto de venta (bloque 4), aplicando las técnicas adecuadas de <i>merchandising</i> .
UT 05	20	Determinación de los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta.
UT 06	10	Control de la eficiencia de las acciones promocionales

7. DESARROLLO DE CADA UNIDAD DE TRABAJO. CONTENIDOS

UT 01 : Determinación de la dimensión del surtido de productos		
Nº de horas de la unidad: 20		
CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> - Clasificación de productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación. - Estructura del surtido. - Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido. - Métodos de determinación del surtido. - La amplitud del surtido. - La profundidad del surtido. - La longitud del surtido. - Elección de referencias. - Umbral de supresión de referencias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elección del surtido de productos de acuerdo con la información comercial disponible. - Utilización de aplicaciones informáticas de gestión comercial en el análisis del surtido. - Elaboración de los calculados de los coeficientes de ocupación del suelo y del espacio, para determinar la densidad comercial mediante hojas de cálculo. - Distribución de los metros lineales del establecimiento entre cada familia de productos y/o servicios, utilizando programas informáticos. - Segmentación del surtido en familias de productos y servicios según objetivos comerciales. - Aplicación de métodos de cálculo de la dimensión del surtido, para asegurar la rentabilidad del punto de venta. - Determinación del número de referencias de cada familia de productos y servicios según objetivos comerciales. - Realización de estudios de análisis de la competencia y de expectativas del consumidor o de la consumidora, para mejorar la elección del surtido. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión. - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos. - Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

UT 02 : Determinación del procedimiento de implantación del surtido de productos o servicios en los lineales		
Nº de horas de la unidad: 20		
CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> - El lineal: definición y funciones. - Zonas y niveles del lineal. - Sistemas de reparto del lineal. - Sistemas de reposición del lineal. - Tipos de exposiciones del lineal. - Lineal óptimo. - Tiempos de exposición. - Los <i>facings</i>. Reglas de implantación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de los niveles de exposición del lineal, atendiendo a su valor comercial. - Asignación de las referencias del surtido al lineal en función de los planes de venta. - Obtención del número óptimo de <i>facings</i> para cada referencia según criterios comerciales y de organización. - Utilización de aplicaciones informáticas para la optimización del lineal. - Determinación del sistema de organización de los recursos humanos y materiales necesarios en las operaciones de ubicación, reposición y mantenimiento de los lineales. - Determinación del número de trabajadoras y trabajadores necesarios en cada sección o actividad en función del tiempo de implantación de los productos. - Elaboración de instrucciones claras y precisas de ubicación, reposición y mantenimiento de los lineales para ser transmitidas al equipo humano. - Programación y organización de la reposición de productos, asegurando su presencia continua en el lineal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión. - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos. - Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

UT 03 : Cálculo de la rentabilidad de la implantación del surtido		
Nº de horas de la unidad: 10		
CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> – Instrumentos de control cuantitativo y cualitativo. – Parámetros de gestión por categorías: margen bruto, cifra de facturación, beneficio bruto, índices de circulación, atracción y compra, entre otros. – Rentabilidad directa del producto. – Análisis de resultados. – Medidas correctoras: supresión e introducción de referencias. – Hojas de cálculo. 	<ul style="list-style-type: none"> – Realización de cálculos para hallar el rendimiento de la superficie de venta, utilizando hojas de cálculo informáticas. – Utilización de los diferentes instrumentos cualitativos y cuantitativos, así como los parámetros de gestión y calidad, para valorar de forma periódica la implantación de los productos. – Realización de cálculos para hallar la eficacia financiera de una familia de productos mediante el uso de hojas de cálculo. – Definición de los parámetros que implican la supresión de una referencia del surtido. – Definición de las variables, sistemas o criterios de calidad necesarios para introducir nuevas referencias en el surtido. – Realización de cálculos para hallar la rentabilidad de las políticas de <i>merchandising</i> mediante la aplicación informática adecuada. – Realización de informes que reflejen los resultados y conclusiones sobre la rentabilidad de las políticas de <i>merchandising</i> aplicadas. 	<ul style="list-style-type: none"> – Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión. – Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos. – Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas

UT 04 : Diseño de las acciones promocionales en el punto de venta		
Nº de horas de la unidad: 20		
CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> – Comunicación comercial. – Publicidad y promoción. – Marketing directo. – Público objetivo. – Promociones de fabricante. – Promociones de distribuidor. – Promociones dirigidas al consumidor. – Animación de puntos calientes y fríos. – Indicadores visuales. – Productos gancho y productos estrella. – La Publicidad en el Lugar de Venta (PLV). – Tipos de elementos de publicidad: stoppers, pancartas, displays y carteles, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> – Identificación y organización de las acciones de merchandising o marketing directo adecuadas al tipo de promoción definido en el Plan de Marketing. – Utilización de las aplicaciones informáticas en la organización y planificación de las acciones promocionales. – Realización de cálculos para hallar el presupuesto necesario para llevar a cabo la acción promocional. – Definición de la forma y el contenido del mensaje promocional, de acuerdo con el Plan de Ventas o promoción. – Selección de los materiales y soportes comerciales necesarios para las acciones promocionales. – Identificación de los lugares más idóneos para ubicar las promociones, de forma que fuercen el recorrido de los clientes o clientas por la mayor parte del establecimiento. – Realización y colocación de los indicadores visuales necesarios que dirijan al cliente o clienta hacia las zonas promocionales. – Simulación de acciones de información y atención al cliente durante la acción promocional, cumpliendo los requisitos de amabilidad, claridad y precisión. 	<ul style="list-style-type: none"> – Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión. – Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos. – Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

UT 05 : Determinación de los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta		
Nº de horas de la unidad: 20		
CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> - Perfil del personal de promociones comerciales. - Tipología de clientes o clientas. - Formación de personal de promociones comerciales. - Técnicas de liderazgo. - Técnicas de trabajo en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Definición del perfil del personal de promoción necesario para desarrollar las diferentes acciones promocionales. - Determinación de las acciones formativas adecuadas al personal de promoción, en función de las diferentes características del producto y aplicando técnicas de liderazgo y trabajo en equipo. - Identificación de los diferentes tipos de clientes o clientas, para proporcionarles la adecuada atención e información durante la acción promocional. - Selección de las instrucciones que han de transmitirse de forma clara y precisa al personal encargado de realizar las acciones promocionales. - Realización del análisis de la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales, para garantizar su cumplimiento durante la realización de las acciones promocionales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión. - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos. - Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

UT 0 6: Control de la eficiencia de las acciones promocionales		
Nº de horas de la unidad: 10		
CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> – Criterios de control de las acciones promocionales. – Índices y ratios económico-financieros: margen bruto, tasa de marca, <i>stock</i> medio, rotación del <i>stock</i> y rentabilidad bruta, entre otros. – Los análisis de resultados. – Ratios de control de eficacia de acciones promocionales. – La aplicación de medidas correctoras. 	<ul style="list-style-type: none"> – Establecimiento de los procedimientos de control que permitan detectar desviaciones respecto a los objetivos. – Elaboración de test y encuestas de valoración de las campañas promocionales que nos permitan obtener información sobre su rentabilidad y eficacia. – Realización de cálculos para hallar los ratios de control de las campañas promocionales mediante programas específicos o genéricos de gestión. – Detección de las desviaciones producidas respecto a los objetivos comerciales planificados. – Definición de las medidas correctoras más eficaces sobre las desviaciones detectadas. 	<ul style="list-style-type: none"> – Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión. – Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos. – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

8. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

UNIDADES DE TRABAJO	HORAS PROPUESTAS
1ª TRIMESTRE	
UT 1: Determinación de la dimensión del surtido de productos.	20
UT 2: Determinación del procedimiento de implantación del surtido de productos o servicios en los lineales	20
UT 3: Cálculo de la rentabilidad de la implantación del surtido.	10
2ª TRIMESTRE	
UT 4: Diseño de las acciones promocionales en el punto de venta.	20
UT 5: Determinación de los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta	20
UT 6: Control de la eficiencia de las acciones promocionales	10
TOTAL HORAS	100

9. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Según el Real Decreto 1538/2006, «la metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente».

Según estos principios tenemos que tener en cuenta lo siguiente:

- Se considera conveniente realizar, primero, una presentación de las diferentes unidades didácticas, para que el alumnado tenga una visión global de todo el módulo.
- El profesor/a expondrá los contenidos conceptuales desarrollados a través de las distintas unidades didácticas, con el apoyo de los recursos más adecuados (apuntes, presentaciones, TICs, etc.)
- Desarrollará los diferentes contenidos procedimentales a través de la resolución de distintos casos prácticos, para que, posteriormente, sea el propio alumnado el que, o bien de forma individual o bien en grupos, resuelva otros supuestos prácticos que le plantee el profesor o profesora.
- El profesor/a acercará los contenidos del módulo al alumnado de una manera clara y sencilla, con el ánimo de conseguir su involucración, colaboración y participación activa.
- El alumno/a trabajará determinados contenidos de manera individual, pero se fomentará sobre todo el trabajo en equipo, tal como ocurre en la vida laboral.
- Se preparará al alumno/a para la actividad en el campo profesional lo que facilitará su adaptación al mundo laboral, incorporando la educación en valores y en la igualdad en derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- Se contribuirá al desarrollo personal del alumno/a, al ejercicio de una ciudadanía democrática y al aprendizaje permanente.
- Se alternarán los contenidos teóricos con los casos prácticos relacionados que ayudaran al alumno/a la comprensión y asimilación de la teoría.
- Se realizarán las actividades propuestas, así como los ejercicios de autoevaluación.
- El alumno/a trabajará actividades finales de cada unidad en la que se revisan los contenidos vistos en la misma.
- Se potenciará el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación que permitirá el desarrollo de los diferentes procesos de trabajo dada *la naturaleza cambiante del comercio y la empresa*.
- Se fomentará el espíritu emprendedor que permita al alumno tener visión de futuro en el mundo empresarial y del comercio.
- Se proporcionará la motivación necesaria, de cara a fomentar en el aula un clima de trabajo y convivencia adecuado.
- Se procurará que las clases teóricas se limiten a la exposición y explicación de los conceptos esenciales de cada unidad. Se fomentará la participación del alumnado en dichas exposiciones.
- Se considera conveniente que el alumnado haga presentaciones orales, utilizando como soporte las TICs, así como la simulación de negociaciones o procesos de venta para los diferentes productos o servicios planteados
- Los contenidos detallados en cada bloque son instrumentos para la consecución de los procedimientos y, para ello, las actividades que se programen deberán ir dirigidas, en todo momento, al aprendizaje década uno de los bloques.
- Este módulo está constituido por una parte teórica (bloques 1, 2 y 3) y otra práctica (bloques 4, 5 y 6). Por lo que, las acciones educativas tendrán que tener como objetivo la aplicación de los conceptos en procedimientos
- En la parte teórica, el profesor o la profesora expondrá los bloques 1, 2 y 3 utilizando los medios más adecuados (TICs).
- En la parte procedimental se partirá del estudio de supuestos que el alumno o la alumna deberá desarrollar haciendo uso de los recursos y aplicaciones técnicas que se precisen. La aportación de las TICs facilitará la tarea de preparación de los supuestos prácticos.

- Se completarían las actividades con la realización de alguna visita a determinados centros comerciales de la zona, para su estudio y análisis in situ.
- Por último, debemos señalar que las actividades que más contribuyen al aprendizaje, son las globales que integran el mayor número de contenidos posibles.
- Se realizará un seguimiento cercano e individualizado del proceso de aprendizaje de cada alumno o alumna, realizando anotaciones sistemáticas de los avances y dificultades que éstos presenten.

Se aplicará una metodología activa, participativa e integradora, que permita un aprendizaje “significativo” o “por comprensión” y provoque la reflexión y el análisis por parte del alumnado, convirtiéndose de esta forma en protagonista del proceso educativo.

El proceso de enseñanza deberá partir de unas actividades iniciales o de diagnóstico, que permitan conocer el nivel de conocimientos previos del alumno/a, y plantearse mediante una acción integradora de conocimientos, técnicas y habilidades concretas que impliquen trabajos participativos de los alumnos/as.

Así, la metodología didáctica estará dirigida a **capacitar al alumno/a para:**

- Aplicar de forma inmediata los conocimientos teóricos recibidos a las situaciones reales de trabajo.
- Adaptarse a los posibles cambios organizativos y tecnológicos.
- El “autoaprendizaje”.
- Trabajar en grupo.
- Analizar situaciones.
- Resolver problemas que puedan presentarse.
- Tomar las decisiones oportunas.

10. EL PROCESO DE EVALUACIÓN DEL ALUMNADO.

10.1 PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Al inicio de curso se hace necesario establecer una **evaluación inicial** de los alumnos/as para tratar de comprobar los conocimientos previos y aplicar sus resultados a la organización del módulo. Esta evaluación se realizará mediante una entrevista o pequeña encuesta por parte del profesor en la que se preguntarán sobre contenidos clave en la materia, experiencias profesionales previas en la materia, expectativas, etc.

La evaluación formativa consiste en constatar el proceso de aprendizaje de cada alumno, a través de la observación sistemática por el profesor, con el fin de modificar o reforzar los contenidos que no hubiesen sido suficientemente asimilados. Se realizará mediante un examen, el seguimiento de sus trabajos diarios, la entrega de las actividades propuestas por el profesor, resolución de los casos prácticos, la realización de las actividades finales de cada unidad, exposiciones orales, la participación en clase y entrega de cualquier tipo de trabajo en la fecha solicitada por el docente.

Los instrumentos de evaluación y calificación a utilizar, para medir el nivel de adquisición de las capacidades por los alumnos/as, serán los siguientes:

a) Trabajo diario y participación en las clases

Se valorará la participación del alumno/a en las clases, su dedicación e interés por el trabajo, las intervenciones y explicaciones sobre las actividades y ejercicios propuestos, la transmisión de información adecuadamente, **la predisposición y las actitudes del alumno/a tanto hacia la materia, como hacia los compañeros/as y el profesorado.**

Criterios de calificación: **el 10%** de la calificación total.

b) Trabajos presentados, individuales y/o de grupo

Se valorarán en este apartado:

- la limpieza y presentación de los trabajos,
- la calidad y organización de los trabajos,
- claridad de los conceptos,
- participación en los debates y exposiciones,
- el uso de la terminología propia de la materia,
- la selección y uso de las fuentes de información adecuadas,
- la utilización de las aplicaciones informáticas disponibles,
- el trabajo en equipo,
- la capacidad de integrar los distintos conocimientos en la materia, etc.

Criterios de calificación:

Se asignará a este instrumento una valoración **del 20%** de la calificación.

c) Pruebas objetivas individuales (orales y escritas).

Pruebas objetivas, expresamente elaboradas y propuestas para la evaluación, que podrán consistir en:

- Pruebas tipo test o de respuesta alternativa.
- Preguntas de respuesta corta, sobre conceptos, definiciones, clasificaciones,...
- Preguntas de desarrollo.
- Resolución de problemas o supuestos prácticos, análisis de textos, etc.

Se trata de evaluar, según los casos:

- El grado de conocimiento de los contenidos, conceptos, trámites, documentos y operaciones, etc.
- La comprensión y análisis de textos y normas y su interpretación y aplicación a casos concretos.
- La capacidad de razonamiento, así como la iniciativa y creatividad en la solución de problemas.

Criterios de calificación: el 70% de la calificación total.

Las pruebas realizadas deberán obtener como mínimo un 5 para aplicar los % correspondientes al trabajo diario y a los trabajos presentados tanto individuales como en grupo.

10.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- Se entenderá por **calificación de la evaluación** la media obtenida por los distintos instrumentos evaluados que pueden ser, a su vez, ponderados según su importancia relativa dentro de la unidad, o grupo de unidades
- La evaluación se considera superada cuando la **calificación de la evaluación** sea igual o superior a 5.
- Aquellos alumnos y alumnas que no hayan superado la evaluación tendrán una prueba de recuperación por evaluación.
- La calificación del módulo profesional será la media aritmética de la calificación de las evaluaciones. Las calificaciones se formularán en cifras de 1 a 10, sin decimales

- Si este nóculo profesional fuese **convalidado** se calificará con un 5 a efectos del cálculo de la nota media del ciclo formativo.¹
- Para aquellos alumnos/as que no hayan superado una o las dos evaluaciones deberán realizar, al final del 2º trimestre, en el mes de marzo, y antes del período de realización del módulo de FCT, una “**prueba de recuperación final**” sobre los contenidos no superados, tanto teórico como prácticos. La calificación de esta prueba tendrá los mismos criterios que la de las evaluaciones. (Es decir se mantienen los porcentajes de los instrumentos a) Trabajo diario y participación en las clases (10%) b) Trabajos presentados individual o en grupos (20%) y c) Prueba de recuperación final, es este caso (70%)

10.3 ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN Y EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE JUNIO

El alumno/a que no haya superado el Módulo en la evaluación ordinaria de marzo podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria de junio
El alumno/a deberá realizar el programa de recuperación del módulo que presentará en junio al profesor o profesora del módulo.

Programa de recuperación del módulo profesional

El alumno o alumna deberá realizar un programa de recuperación que contendrá las actividades que deberán realizar para superar las dificultades que ocasionaron la calificación negativa del módulo.

Este programa de recuperación contendrá:

- La realización de trabajos y ejercicios sobre aquellos aspectos en que se hubiesen detectado mayores deficiencias.
- La repetición de determinadas actividades, cuando se hubiese observado que en su realización el/la alumno/a no dedicó el suficiente tiempo o esfuerzo.
- La realización de una **prueba escrita** sobre aquellos contenidos en los que se hubiese observado que el nivel de conocimientos del alumno/a es insuficiente.

El alumnado realizará estas actividades durante el tercer trimestre del año académico, **con docencia directa** por parte del profesorado responsable del módulo.

La calificación de dicha prueba extraordinaria será de 1 a 10 puntos, manteniéndose las ponderaciones: del 10% participación en aula, del 20% para las actividades presentadas y del 70% para la prueba escrita.

10. NORMAS SOBRE LA ASISTENCIA A CLASE. PÉRDIDA DE LA EVALUACIÓN CONTINUA (IMPOSIBILIDAD TÉCNICA DE APLICAR LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN)

De acuerdo con lo establecido en el Reglamento de Régimen Interior del Centro y en el Proyecto Curricular del Ciclo, se aplicarán las siguientes normas:

1. Al tratarse de un Ciclo Formativo que se imparte en régimen presencial, será obligatoria la asistencia a las clases y demás actividades lectivas programadas para la obtención del título.

¹ Artículo 38.3 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio

2. La evaluación de los alumnos/as será continua y estará orientada a la medición de las capacidades terminales fijadas para el Módulo. La aplicación del sistema de evaluación continua implica que la asistencia del alumno/a a las actividades programadas será obligatoria.
3. Las faltas de asistencia deberán ser justificadas por el alumno/a ante el tutor/a, considerándose causas válidas las contempladas como tales en la legislación laboral
4. El profesor/a responsable del Módulo llevará el control diario de asistencia del alumno/a, reflejando las ausencias en el parte mensual de faltas en la aplicación corporativa SAUCE. El tutor/a entregará periódicamente al alumno/a y/o su familia información sobre las faltas de asistencia.
5. Según el Reglamento de Régimen del Centro artículo 23-3, un número de faltas de asistencia superior al 20 % de las horas lectivas del curso en cada módulo , provocará la imposibilidad de aplicar los criterios generales de evaluación y calificación para este alumno. En las programaciones de cada uno de los módulos se especificará con detalle la forma de evaluación y calificación para el alumnado en se encuentre en esta situación. **El número máximo de faltas de asistencia permitidas** para poder aplicar el sistema de evaluación continua en el Módulo de " Gestión de Productos y Promoción en el punto de venta será de 20 faltas durante el curso académico.(20% sobre 100 horas asignadas al módulo).
6. Los alumnos que superen el número de 20 faltas de asistencia, se le comunicará la imposibilidad de aplicar los criterios de evaluación, se presentaran a una prueba en el mes de marzo, sobre los resultados de aprendizaje no superados. **Se mantendrá el 20% para las actividades que se le propongan y el 80% para la realización de la prueba objetiva.**

11. INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS TRANSVERSALES

Se trabajarán con los alumnos, básicamente, los siguientes temas:

- **Educación multicultural**, partiendo de la aceptación de la propia identidad cultural se propiciará el respeto y la tolerancia hacia otras culturas.
- **Educación para la convivencia**, promoviendo el respeto, tanto en lo referente a las relaciones interpersonales entre alumnos y entre alumnos y profesores, no solo dentro del aula sino en cualquier lugar del recinto educativo (pasillos, biblioteca, etc.), como en lo relativo al material de uso común.
- **Educación medioambiental**, desarrollando una conciencia, tanto individual como colectiva, de responsabilidad hacia la protección y mejora de las condiciones del medio ambiente y de las distintas especies de seres vivos que forman parte de él, especialmente las que se encuentran en peligro de extinción.
- **Educación para la paz**, fomentando el respeto a otras sociedades diferentes, resaltando el entendimiento entre los individuos que las componen y promoviendo la tolerancia, el desarme y la cooperación.
- **Educación moral y cívica**, desarrollando una actitud de tolerancia ante las diferencias individuales de cualquier tipo.
- **Educación para la igualdad entre los sexos**, promoviendo la cooperación entre alumnos y alumnas y el reparto equilibrado de todo tipo de tareas.
- **Educación del consumidor**, desarrollando en los alumnos/as capacidades de comprensión de los mensajes publicitarios y actitudes críticas que les permitan valorar sus necesidades reales de consumo y la utilización de materiales reciclables.

- **Educación para la salud**, promoviendo hábitos de vida saludables que contribuyan a la prevención de enfermedades contagiosas (SIDA, etc.) y a evitar el consumo de drogas (tabaco, alcohol, etc.), así como a cumplir escrupulosamente las normas de seguridad e higiene en el manejo de instrumentos.

12. INSTALACIONES, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

- Ordenador (Internet)
- Cañón
- Presentaciones de PowerPoint, visualización de videos
- La plataforma Educastur Campus
- Otros textos como guía y para preparar actividades de recuperación o profundización.
- Aula taller, con material para el montaje de expositores de productos y góndolas, distribuir los productos en el lineal, montaje de escaparates, realización de carteles, empaquetado de productos,
- Aula taller, con material para el montaje de escaparates.
- Ordenadores para los alumnos con acceso a internet.
- Prensa diaria.
- Revistas especializadas.

13. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DE LOS ALUMNOS/AS

La diversidad es inherente a la condición humana y no es más que la expresión de la normalidad y la realidad de cada grupo. El alumnado tiene una diversidad de necesidades educativas debidas a múltiples factores intelectuales, físicos o sociales.

Se considera fundamental la interacción alumnado-contexto, de forma que alumnos situados en contextos diferentes pueden tener aprendizajes y desarrollos muy distintos.

El punto de partida de todo proceso educativo será la consideración de la totalidad del alumnado como diverso. Por ello, cualquier diseño curricular deberá tener en cuenta las diferencias de los alumnos.

Es muy importante a la hora de diseñar y organizar las actividades de enseñanza-aprendizaje, atender a la diversidad del grupo: Puede haber algunos alumnos que no consigan alcanzar los objetivos previstos y, por el contrario, puede haber otros que los alcancen sobradamente. En ambos casos, es necesario plantear alternativas.

En un ciclo formativo de grado superior, debido a las características del mismo y de la enseñanza de Formación Profesional en general, se considera necesario e imprescindible que el/la alumno/a alcance todos los objetivos mínimos marcados para los distintos módulos en sus programaciones docentes ya que solamente de esta forma se alcanzará el objetivo final del ciclo formativo, que es lograr un nivel de cualificación profesional que capacite para acceder al mundo del trabajo.

Por ello, debemos buscar estrategias variadas que nos permitan dar respuesta a la diversidad que presenta nuestro alumnado a través de diferentes vías ordinarias y extraordinarias.

Se puede atender a las distintas necesidades de aprendizaje de los alumnos mediante adaptaciones metodológicas que permitan ofrecer diferentes niveles de ayuda pedagógica a los alumnos/as, en función del nivel de dificultad que presenten y de sus características personales.

Constituye un recurso importante de atención a la diversidad adoptar una serie de medidas de carácter ordinario y que no afectan a los elementos prescriptivos del currículo:

- Plantear metodologías didácticas y niveles de ayuda diversos.
- Organizar actividades de enseñanza-aprendizaje diferenciadas.
- Prever adaptaciones de material didáctico.
- Organizar diferentes agrupamientos.
- Modificar el ritmo de introducción de nuevos contenidos.

14. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Se realizarán las actividades complementarias y extraescolares que programe el Departamento para este módulo.

15. EL CICLO DE “GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PROMOCIONES EN EL PUNTO DE VENTA” EN LA MODALIDAD A DISTANCIA

METODOLOGÍA DE LA FORMACIÓN A DISTANCIA

La metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiriera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente. El alumno dispone de flexibilidad y autonomía en el aprendizaje

El método de enseñanza a distancia debe estar basado en el aprendizaje autosuficiente del alumno. Para esta modalidad el alumnado podrá acceder a los materiales, preferentemente, a través de la red, mediante metodología *e-learning* a través de una plataforma de formación virtual, que puede ser EDUCASTUR CAMPUS (plataforma ofrecida por la propia Consejería de Educación),

El profesor-tutor responsable de un módulo profesional a distancia hace el rol de orientador y facilitador del aprendizaje del alumno:

- Resolviendo dudas
- Evaluando el progreso y reorientando al alumno en los contenidos no comprendidos.

El alumno aprende utilizando todos los recursos posibles:

- Estudiando los materiales escritos,
- Visionando vídeos explicativos,
- Realizando simulaciones virtuales de procedimientos,
- Realizando las tareas previstas a entregar al profesor-tutor,
- Realizando tareas en colaboración con compañeros,
- Comentando temas y dudas con los demás compañeros del gran grupo y con el profesor-tutor,
- Realizando las actividades prácticas presenciales correspondientes al bloque de unidades didácticas,
- Realizando las pruebas de evaluación que estén

RECURSOS DIDÁCTICOS

En el desarrollo de estas enseñanzas se emplearán soportes y materiales didácticos que permitan un proceso de aprendizaje sistematizado para el participante, así como los medios telemáticos necesarios para incorporar el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación al proceso de atención tutorial.

Los materiales y soportes didácticos deberán contribuir a la adquisición de los resultados de aprendizaje que correspondan a los distintos módulos profesionales. Además, deberán contemplar los principios de autosuficiencia y autoaprendizaje para que el alumnado pueda desarrollar y controlar el proceso de aprendizaje de forma autónoma.

De esta forma el alumno aprende utilizando todos los recursos posibles:

- Estudiando los materiales escritos,
- Realizando las tareas previstas a entregar al profesor-tutor
- Comentando temas y dudas con los demás compañeros en las tutorías y con el profesor-tutor
- Realizando las actividades prácticas presenciales correspondientes al bloque de unidades didácticas
- Realizando las pruebas de evaluación a lo largo del curso

Los materiales deben:

1. Emplear estrategias activas de enseñanza aprendizaje (aprender haciendo).
2. Estructurar el aprendizaje a partir de los procedimientos.
3. Evitar el abandono de los alumnos mediante seguimiento individualizado y el fortalecimiento del grupo.
4. Facilitar la actualización de los recursos.
5. Emplear simulaciones interactivas eficaces.

SISTEMA DE TUTORÍAS DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES

El elemento fundamental de esta modalidad de enseñanza es la acción tutorial, que debe proporcionar el acompañamiento, el estímulo y las estrategias didácticas de autoaprendizaje necesarias para que cada estudiante pueda alcanzar el aprendizaje exigido en cada módulo de forma personalizada.

El profesor-tutor del módulo profesional hace el rol de orientador y facilitador del aprendizaje del alumno resolviendo dudas, evaluando el progreso y reorientando al alumno en los contenidos no comprendidos.

La atención al alumnado en cada módulo se organizará por un sistema de tutorías que incluirá tutorías individuales y tutorías colectivas.

La **tutoría individual** incluirá las acciones de orientación y de apoyo al proceso de aprendizaje que se correspondan con los resultados de aprendizaje que el alumnado pueda alcanzar de forma autónoma y a distancia, empleando el soporte didáctico específico. Se llevará a cabo de forma continuada a lo largo de todo el curso, de forma telemática, telefónica o presencial.

La **tutoría colectiva**. Las tutorías colectivas presenciales pueden adoptar distintas fórmulas. Pueden utilizarse para exponer un determinado tema o cuestión de especial dificultad mediante una exposición por parte del profesor-tutor; pueden adoptar la estructura de un seminario entre los alumnos para la realización de trabajos colectivos o puestas en común; pueden consistir en la realización de prácticas de taller o pueden ser foros de discusión, debate e intercambio.

Contenidos de las tutorías colectivas:²

Las tutorías colectivas son las acciones tutoriales de carácter presencial, necesarias para la consecución de los objetivos educativos que precisen desarrollar procesos de enseñanza y aprendizaje para los que son necesarias la intervención directa y presencial del profesor tutor. Éstas son de dos tipos:

- Tutorías prácticas: para el desarrollo de actividades asociadas al desarrollo de competencias y contenidos procedimentales.
- Tutorías de orientación: se utilizan para informar de la organización y desarrollo de las unidades didácticas. Se establecen tres:
 - Al principio de cada trimestre habrá una tutoría colectiva de programación
 - A mediados del trimestre, una de seguimiento
 - Al final del trimestre, una de preparación de la evaluación.

Las restantes tutorías colectivas, de **carácter quincenal**, estarán orientadas al desarrollo de un programa de actividades que el tutor dará a conocer a comienzo del curso. Este plan de acción tutorial incluirá el programa de actividades tutoriales, el calendario de tutorías establecido y toda la información que se considere de interés para el alumnado.

Las tutorías colectivas no se plantearán como una clase dedicada a impartir contenidos teóricos. Se enfocarán al planteamiento y resolución de ejercicios y actividades teórico/prácticos.

Por este motivo, es recomendable que cada alumno/a estudie previamente los conceptos necesarios antes de acudir a la tutoría colectiva, siguiendo la programación de las unidades didácticas y las actividades enviadas por el profesor o profesora tutora. Las dudas y cuestiones que surjan sobre conceptos se atenderán de manera preferente en las tutorías *on line*.

La asistencia del alumnado a las tutorías individuales y colectivas será voluntaria.

Además se realizarán de forma continuada durante el curso:

Tutorías telefónicas:

A través de la línea telefónica, el alumno/a podrá realizar en las horas establecidas al efecto cuantas consultas considere necesarias, para poder avanzar en el conocimiento de cada uno de los módulos. Se establecerá al menos una hora semanal de atención al alumnado.

Tutorías telemáticas:

A cada alumno/a del curso se le proporcionará una cuenta de correo electrónico institucional puestas a disposición por la Consejería de Educación y Ciencia, mediante la cual podrá realizar aquellas consultas que considere oportunas y dirigidas a los correos de cada módulo profesional. Los profesores contestarán en un periodo razonable de tiempo, siempre a través de las cuentas institucionales.

² Al final se incluyen los Anexos con los cuadros de registro de incidencias de las tutorías y de la programación de las tutorías colectivas

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES. INSTRUMENTOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

La evaluación debe permitir que se reconduzca el proceso de aprendizaje del alumno en el momento preciso (evaluación continua). Se pueden fijar distintos instrumentos que permitan esta recogida de información en relación con el desarrollo de estos aprendizajes a través de las tutorías individuales y colectivas.

Para la evaluación de los módulos profesionales cursados en régimen a distancia, será necesaria la realización de, al menos, una prueba presencial en combinación con los procesos de evaluación continua que se puedan desarrollar a distancia.

La recogida de información se puede establecer diferentes momentos:

1. La información que muestran las herramientas de la plataforma relativas a las actividades de autoevaluación de cada unidad o del bloque de unidades.
2. Las actividades de evaluación que entrega el alumno al final de un bloque de unidades.
3. Las actividades de refuerzo que plantean los materiales o que diseña el profesor-tutor.
4. Las actividades procedimentales que se realizan en las sesiones presenciales.
5. Las actividades colaborativas realizadas por el grupo de alumnos.
6. Las sesiones de evaluación presenciales realizadas.
7. La evaluación final.

Los Instrumentos que permitirán la recogida de información para el proceso de evaluación podrán ser:

- Fichas de seguimiento.
- Pruebas de control individual a desarrollar utilizando programas informáticos..
- Pruebas de control escritas para la comprobación de determinados contenidos conceptuales o para la realización de actividades.
- Entrega de trabajos.
- Memoria detallada de la realización de las actividades

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los **instrumentos de evaluación** a utilizar, para medir el nivel de adquisición de las capacidades por los alumnos/as se reflejarán en cada una de las programaciones didácticas y podrán ser:

- Las pruebas escritas propuestas para la evaluación.
- Las pruebas prácticas presenciales, en los módulos que se requieran.
- La realización y presentación de los trabajos y actividades de las unidades didácticas correspondientes, cuando estas sean requeridas por el profesor-tutor. Si existiera alguna evidencia de que estas actividades o trabajos no han sido realizadas por el/la alumno/a, estas no serán calificadas.
- Los trabajos propuestos durante el curso sólo se podrán enviar una vez y para la fecha especificada. En las convocatorias de junio y septiembre no se podrán enviar las mismas actividades si no son requeridas para esas convocatorias.
- Las pruebas escritas que contengan ejercicios prácticos no tendrán una valoración positiva si no se resuelve correctamente el 50% de esta parte práctica.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	MATERIA OBJETO DE EVALUACIÓN
PRUEBAS OBJETIVAS	
Pruebas teóricas	- Conocimientos teórico- prácticos - Estudios de casos
Respuesta breve	- Vocabulario - Conceptos e ideas
ACTIVIDADES	
Actividades tutorías	- Resolución ejercicios teórico- prácticos de las unidades didácticas

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Se establece para todos los módulos, en general, como criterios de calificación la siguiente ponderación:

CALIFICACIÓN	
INSTRUMENTOS	PONDERACIÓN (%)
PRUEBAS OBJETIVAS	80%
ATIVIDADES	20%

Cuando no se propongan actividades la nota será el 100% de las pruebas objetivas

Las actividades que requieran una práctica presencial se evaluarán en el momento de realizarlas y se calificarán de forma numérica. En el caso de que no se asista a las prácticas presenciales se deberá realizar un examen práctico una vez realizado el examen escrito presencial. Si se asiste y se obtiene la calificación positiva en todas las prácticas presenciales y no se supera el módulo, no será necesario realizar las prácticas ni el examen práctico en la convocatoria extraordinaria.

Estas prácticas en el módulo de Escaparatismo pueden realizarse también *on line*, mediante envío de fotografías o un software adecuado para este módulo.

A lo largo del período lectivo, los profesores- tutores de cada módulo realizarán un seguimiento del desarrollo del proceso de aprendizaje de los alumnos, utilizando unos instrumentos y procedimientos de recogida de información que se establecen en cada una de las programaciones didácticas.

ANEXO 1: PROGRAMACIÓN DE TUTORÍAS COLECTIVAS**PROGRAMACIÓN DE TUTORÍAS COLECTIVAS CURSO 2018 - 2019**

MÓDULO: GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PROMOCIONES EN EL PUNTO DE VENTA		
HORARIO: MARTES de 16:20 a 18:10 h		
FECHA	UNIDAD DE TRABAJO	CONTENIDOS
1ª EVALUACIÓN		
01/10/18		Tutoría de presentación y programación del curso
02/10/18		Tutoría de programación de la evaluación
09/10/18	1	Determinación de la dimensión del surtido de los productos
16/10/18	1	Determinación de la dimensión del surtido de los productos
23/10/18	2	Implantación del surtido en el lineal
30/10/18	2	Implantación del surtido en el lineal
06/11/18	2	Implantación del surtido en el lineal
13/11/18	1,2	Tutoría de seguimiento
20/11/18	3	Rentabilidad de la implantación del surtido
27/11/18	3	Rentabilidad de la implantación del surtido
04/12/18	3	Rentabilidad de la implantación del surtido
11/12/18	1,2,3	Tutoría de preparación de la evaluación
17/12/18		<i>Examen Unidades 1,2,3</i>
2ª EVALUACIÓN		
08/01/19		Tutoría de programación de la evaluación
15/01/19	4	Acciones promocionales en el punto de venta
22/01/19	5	Los recursos humanos en el punto de venta
29/01/19	4,5	Tutoría de seguimiento
05/02/19	6	El control de las acciones promocionales
12/02/19	6	El control de las acciones promocionales
19/02/19	4,5,6	Tutoría de preparación de la evaluación
26/02/19		<i>Examen 2ª Evaluación</i>
12/03/19	4,5,6	Repaso
18/03/19		<i>Examen recuperación evaluaciones pendientes</i>
3ª EVALUACIÓN		
Se informará a través de la plataforma del programa de tutorías colectivas para la preparación del examen extraordinario de junio.		

ANEXO 2: REGISTROS DE INCIDENCIAS DE TUTORÍA INDIVIDUAL Y COLECTIVA

Módulo:		Curso:	
		Ciclo Formativo:	
		Profesor:	
Mes:			



Instituto de Educación Secundaria "La Ería"
 C/ Regonta, 4 – 33006 Oviedo
 Tlfno.: 985 27 36 54 Fax: 985 23 99 43
 E-mail: ieseria@educastur.org



REGISTRO DE INCIDENCIAS

DÍA	ALUMNO	TIPO TUTORIA	MEDIO	MOTIVO CONSULTA	OBSERVACIONES