

**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA**

**MÓDULO PROFESIONAL:**

**PROYECTO  
DE  
GESTIÓN DE VENTAS  
Y  
ESPACIOS COMERCIALES**

**CURSO 2018/19**

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

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

**ÍNDICE:**

1.	INTRODUCCIÓN .....	2
2.	COMPETENCIAS PROFESIONALES .....	3
3.	OBJETIVOS GENERALES.....	4
4.	RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN .....	5
5.	CONTENIDOS Y SECUENCIACIÓN .....	8
6.	METODOLOGÍA DIDÁCTICA.....	8
7.	PROCESO DE EVALUACIÓN DEL ALUMNADO PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN .....	9
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	
8.	NORMAS SOBRE LA ASISTENCIA A CLASE .....	13
9.	TEMAS TRANSVERSALES.....	13
10.	ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DEL ALUMNADO .....	14
11.	INSTALACIONES, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS .....	15
12.	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES .....	15
13.	EL MÓDULO PROFESIONAL "PROYECTO" EN LA ENSEÑANZA A DISTANCIA.....	16

ANEXO 1: PROGRAMACIÓN TUTORÍAS COLECTIVAS

ANEXO 2: REGISTROS DE INCIDENCIAS DE TUTORÍA INDIVIDUAL Y COLECTIVA

## 1. INTRODUCCIÓN

### DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO

<b>Módulo Profesional</b>	<b>PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES</b>
<b>Código</b>	<b>0932</b>
<b>Ciclo Formativo</b>	<b>GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES</b>
<b>Nivel Profesional</b>	<b>GRADO SUPERIOR</b>
<b>Curso</b>	<b>2º</b>
<b>Duración</b>	<b>horas</b>
<b>Equivalencia en créditos</b>	<b>5</b>
<b>Tipo de módulo</b>	Módulo asociado al perfil del título
<b>Objetivos Generales del Ciclo</b>	Todos
<b>Competencias del Título</b>	e), l), m), n), ñ), o), p), q) y r)
<b>Normativa que regula el título</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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)</li> <li>- 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).</li> </ul>
<b>Referente europeo</b>	CINE-3b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).
<b>Especialidad del Profesorado</b>	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria) Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
<b>Familia Profesional</b>	<b>COMERCIO Y MARKETING</b>

## 2. COMPETENCIAS PROFESIONALES.

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

La formación del módulo se relaciona con la totalidad de de las competencias profesionales, personales y sociales del título.

- a) Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.
- b) Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing, analizando las variables de marketing mix para conseguir los objetivos comerciales definidos por la empresa.
- c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.
- d) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados, aplicando técnicas estadísticas, y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing.
- e) Organizar y supervisar la implantación de espacios comerciales y el montaje de escaparates, definiendo las especificaciones de diseño y materiales, para conseguir transmitir la imagen de espacio comercial definida que atraiga a los clientes potenciales y lograr los objetivos comerciales establecidos.
- 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.
- g) Elaborar el plan de ventas y gestionar la comercialización y venta de productos y/o servicios y la atención al cliente, aplicando las técnicas de venta y negociación adecuadas a cada canal de comercialización, para conseguir los objetivos establecidos en el plan de marketing y lograr la satisfacción y fidelización del cliente.
- h) Gestionar la fuerza de ventas, realizando la selección, formación, motivación y remuneración de los vendedores, definiendo las estrategias y líneas de actuación comercial y organizando y supervisando los medios técnicos y humanos para alcanzar los objetivos de ventas.
- i) Realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías en los planes de producción y de distribución, asegurando la cantidad, calidad, lugar y plazos para cumplir con los objetivos establecidos por la organización y/o clientes.
- j) Organizar el almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su integridad y el aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con los procedimientos establecidos.
- k) Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.
- 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.
- o) 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.
  - p) 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.
  - q) 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.
  - r) 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.
  - s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

### 3. OBJETIVOS GENERALES.

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

La formación del módulo se relaciona con la totalidad de los objetivos generales del ciclo

- a) Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras, para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.
- b) Elaborar informes de base y briefings, analizando y definiendo las diferentes estrategias comerciales de las variables de marketing mix, para asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.
- c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.
- d) Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.
- e) Elaborar informes comerciales, analizando la información obtenida del mercado mediante la aplicación de técnicas estadísticas, para establecer un sistema de información de marketing eficaz (SIM).
- f) Determinar los elementos exteriores e interiores que permitan conseguir la imagen y los objetivos comerciales deseados, para organizar y supervisar la implantación de espacios comerciales.
- g) Definir las especificaciones de diseño y materiales que consigan transmitir la imagen corporativa de la empresa o de la marca, para organizar y supervisar el montaje de escaparates de espacios comerciales.
- 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.
- j) Definir los argumentarios de venta y las líneas de actuación comercial, analizando la información procedente de los clientes, la red de ventas, el briefing del producto y el sistema de información de mercados, para elaborar el plan de ventas.
  - k) Negociar y cerrar contratos de compraventa con clientes, utilizando técnicas de venta adecuadas y prestando al cliente un servicio de calidad, para gestionar la comercialización y venta de productos y/o servicios y la atención al cliente.
  - l) Dimensionar el equipo de ventas, fijando los criterios de selección, formación, motivación y remuneración de los vendedores, liderando y organizando al equipo y estableciendo las medidas de seguimiento y control de su actuación comercial, para gestionar la fuerza de ventas.
  - m) Analizar las necesidades de materiales y de recursos necesarios en los planes de producción y distribución y programar los flujos de materiales y productos ajustándose a los objetivos, plazos y calidad del proceso para realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías.
  - n) Analizar los procesos de almacenaje y los métodos de gestión de stocks aplicables en la organización de un almacén, valorando la distribución interna y el sistema de manipulación de las mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, garantizando su integridad y optimizando los recursos disponibles, para organizar el almacenaje de las mercancías.
  - ñ) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, proveedores, organismos públicos, banca nacional e internacional y demás operadores que intervienen en las actividades 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 Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)
<p><b>RA 1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.</b></p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.</li><li>b) Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.</li><li>c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.</li><li>d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.</li><li>e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.</li><li>f) Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.</li><li>g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.</li><li>h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.</li><li>i) Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.</li></ul> <p><b>RA 2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.</b></p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.</li><li>b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.</li><li>c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.</li><li>d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance.</li><li>e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.</li><li>f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.</li><li>g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.</li><li>h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.</li><li>i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.</li></ul>

**Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)**

**RA 3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.
- b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.
- c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
- d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.
- e) Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
- f) Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
- g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.

**RA 4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.
- b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.
- c) Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.
- d) Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.
- e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.
- f) Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de las personas usuarias o clientela y se han elaborado los documentos específicos.
- g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto cuando este existe.

**5. CONTENIDOS y SECUENCIACIÓN**



## MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

El contenido del módulo Proyecto de Gestión de Ventas y Espacios comerciales podrá versar sobre cualquiera de las materias que integran el Ciclo formativo.

Supone la realización por parte del alumno /a de un proyecto en el que demuestre de forma integrada que ha adquirido las competencias propias de la titulación. Se trata de un trabajo personal y autónomo del alumno/a, que llevará a cabo bajo la supervisión de un tutor.

La elección del proyecto a desarrollar será la primera tarea. Como este módulo coincide en el tiempo con la FCT, la empresa donde se realizan las prácticas también puede ser una fuente de ideas para el proyecto. No obstante, el tutor o la tutora puede proponer una serie de proyectos técnicamente viables que sean susceptibles de ser desarrollados.

Posteriormente, y siguiendo una plantilla de desarrollo del proyecto, se irán elaborando las distintas fases del mismo:

- Diseño.
- Planificación.
- Ejecución y seguimiento.
- Cierre y evaluación.

Por último, cada alumno/a preparará y realizará la presentación y defensa del proyecto, utilizando para ello distintas técnicas de presentación, apoyándose en las TIC, y tendrá la siguiente estructura:

- Portada normalizada
- Índice numerado y paginado
- Introducción
- Contenidos (uno o varios capítulos)
- Conclusiones
- Bibliografía (formato según lo indicado en esta programación)
- Anexos, si procede (Anexo I, Anexo II...), con el título de cada uno.

### 6. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

#### EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A la hora de organizar este módulo, se propone la utilización de metodologías activas de enseñanza-aprendizaje aplicables para el trabajo individual.

Puede utilizarse una metodología centrada específicamente en el desarrollo de

## MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

proyectos integradores de las competencias de diferentes módulos del ciclo, de forma transversal. Estas metodologías obligan al alumnado a identificar problemas, buscar alternativas para su resolución, movilizar los recursos necesarios para ello, y realizar una adecuada gestión de la información.

Para complementar el autoaprendizaje del alumnado, se propone la realización de seguimientos periódicos del proyecto que se está llevando a cabo, para guiar el aprendizaje y mantener el trabajo dentro de los objetivos marcados. Además, se recomienda que, en función de las necesidades que vayan surgiendo, se programe alguna explicación de apoyo o seminario que cubra los déficits de conocimientos respecto a contenidos específicos o metodologías necesarios para desarrollar el proyecto.

Finalmente, se propone que cada alumno/a realice una exposición del proyecto elaborado, con un doble objetivo:

- Evaluar las competencias técnicas adquiridas por cada alumno o alumna durante el desarrollo del proyecto.
- Evaluar las competencias personales y sociales del alumnado relativas a comunicación.

Para la **preparación y el desarrollo de la exposición**, se propondrá al alumnado el uso de las nuevas tecnologías, utilizando aplicaciones informáticas para la elaboración de presentaciones en diapositivas, formatos de página web, etc. Para ello, utilizarán, también, cañones de proyección y ordenadores, familiarizándose con herramientas que les resultarán útiles en su futuro desempeño laboral.

### 7. EL PROCESO DE EVALUACIÓN DEL ALUMNADO.

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La evaluación del Proyecto corresponderá al tutor o la tutora individual con la colaboración de quien hubiera ejercido la tutoría colectiva. En el caso de que ambas tutorías hubieran sido ejercidas por la misma persona, deberá colaborar un profesor o profesora del equipo docente del ciclo, que designará la Dirección del centro docente.

Con carácter general, el módulo profesional de Proyecto se desarrollará simultáneamente al módulo de Formación en centros de trabajo, en los siguientes períodos:

- a) Primer período anual: Se desarrollará en el tercer trimestre del año académico en que se realice el segundo curso de los ciclos formativos.
- b) Segundo período anual: Se desarrollará en el primer trimestre del año académico siguiente al que se hubiera realizado el primer período anual.

A la hora de evaluar el módulo, se considera importante realizar una evaluación del proyecto como producto final y del proceso de elaboración seguido.

También se propone que una parte de la calificación refleje la valoración del profesorado en relación a la exposición y defensa del proyecto.

## MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

En concreto, algunos de los indicadores de evaluación de la exposición serán los siguientes:

- Calidad de diseño de la presentación del proyecto.
- Utilización de recursos de apoyo en la presentación: recursos informáticos, modelos o maquetas, etc.
- Claridad de la exposición.
- Organización de la exposición.
- Dinamismo de la exposición.
- Eficacia de la exposición.
- Habilidades de comunicación demostradas: tono de voz, expresión verbal, comunicación no verbal...
- Capacidad de responder a preguntas planteadas por el equipo de profesores evaluadores y profesoras evaluadoras.

### PONDERACIÓN DE LOS ELEMENTOS A EVALUAR EN EL PROYECTO

ASPECTOS	Proyecto 70%	Contenidos 50%
		Formato 20%
	Presentación y defensa 30%	Presentación soporte 10%
		Presentación oral 10%
		Defensa 10%

La **CALIFICACIÓN** final del módulo de Proyecto de Gestión de ventas y Espacios Comerciales estará comprendida entre 1 y 10, sin decimales

Si el proyecto no obtuviera una calificación positiva en su primer período de realización, el alumno o alumna, con la orientación del tutor o de la tutora individual, podrá completar o modificar el proyecto inicial, para su presentación, evaluación y calificación en el segundo período de realización.

### TUTORIA DEL MÓDULO PROFESIONAL DE PROYECTO

La tutoría del módulo profesional de Proyecto se organizará sobre la base de la tutorización individual y colectiva y la atribución docente correrá a cargo del profesorado que imparta docencia en el ciclo formativo, conforme a las siguientes condiciones:

a) La tutoría colectiva será ejercida por un profesor o una profesora que se designará por el Director o la Directora del centro docente, a propuesta de la jefatura de estudios. Este profesorado se encargará de la formación del alumnado tutorado en la gestión de proyectos y a la planificación del desarrollo del proyecto individual que cada alumno o alumna vaya a realizar.

MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

b) Quien ejerza la tutoría individual orientará y asesorará al alumno o alumna en el proceso de desarrollo del proyecto. Asimismo, se encargará de la coordinación con el tutor o tutora de empresa o entidad colaboradora que participe en la elaboración del proyecto. En todo caso, cada tutor o tutora individual dirigirá un máximo de diez proyectos.

**CRONOGRAMA**

<b>MÓDULO: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES</b>	
<b>FECHA</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>	Tutoría de presentación/ Programación de la evaluación
<b>OCTUBRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recogida de las <b>propuestas</b> de trabajo del alumnado que vaya a defender el Proyecto en la <b>convocatoria extraordinaria de Diciembre</b>. ( Primera semana)</li> <li>- Designación del tutor o tutora individual del proyecto y aceptación de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo. Alumnado convocatoria extraordinaria de Diciembre. (Segunda Semana)</li> <li>- Registro de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo. Alumnado convocatoria extraordinaria de Diciembre (segunda semana) y Publicación en el tablón de anuncios del Centro.</li> </ul>
<b>NOVIEMBRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega parcial alumnado convocatoria extraordinaria de Diciembre (Segunda semana de noviembre)</li> </ul>
<b>DICIEMBRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ENTREGA de Proyectos alumnado de la <b>convocatoria extraordinaria de Diciembre</b>. ( Hasta el 5 de Diciembre de 2017)</li> <li>- RECOGIDA de propuestas de trabajo alumnado que vaya a defender el Proyecto en la convocatoria extraordinaria de Marzo ( hasta el 14 de Diciembre)</li> <li>- <b>EXPOSICIÓN O DEFENSA de Proyectos</b> (Alumnado de la <b>convocatoria extraordinaria de Diciembre</b>). (Día concreto pendiente de determinar)</li> <li>- Designación del tutor o tutora individual del proyecto y aceptación de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo. Alumnado convocatoria extraordinaria de Marzo. (Del 18 al 22 de diciembre).</li> </ul>
<b>ENERO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo. Alumnado convocatoria extraordinaria de Marzo. (Del 8 al 12 de</li> </ul>

**MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y  
ESPACIOS COMERCIALES**

	<p>enero de 2018 ) y Publicación en el tablón de anuncios del Centro.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega parcial alumnado convocatoria extraordinaria Marzo (cuarta semana de Enero)</li> </ul>
FEBRERO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega parcial alumnado convocatoria extraordinaria de Marzo (1 de febrero de 2018)</li> <li>- Recogida de Propuestas sobre el contenido del proyecto. Alumnado que vaya a defender el Proyecto en la convocatoria ordinaria de Junio. (Hasta el 15 de febrero)</li> </ul>
MARZO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega Definitiva de los Proyectos por parte del alumnado de la convocatoria extraordinaria de Marzo ( 1 de marzo de 2018)</li> <li>- Designación del tutor o tutora individual del proyecto y aceptación de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo (convocatoria ordinaria de Junio) (Del 5 al 9 de marzo)</li> <li>- <b>EXPOSICIÓN O DEFENSA de Proyectos</b> (Alumnado de la <b>convocatoria extraordinaria de Marzo</b>). (Día concreto pendiente de determinar)</li> <li>- Registro de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo. Alumnado convocatoria ordinaria Junio (tercera semana de marzo) y publicación en el tablón del centro.</li> </ul>
ABRIL	Seguimiento de la ejecución del Proyecto
MAYO	Entrega parcial de Proyectos ( hasta el 4 de mayo)
JUNIO	<b>Entrega definitiva de Proyectos. Alumnado convocatoria ordinaria de Junio ( Hasta 6 de Junio de 2018)</b>
JUNIO	<b>Exposición o Defensa. Alumnado convocatoria ordinaria de Junio( en fechas a determinar)</b>

**8. NORMAS SOBRE LA ASISTENCIA A CLASE. PÉRDIDA DE LA EVALUACIÓN CONTINUA**

**REGULACIÓN DE LA ASISTENCIA A CLASE DEL ALUMNADO..**

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

## MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

para la obtención del título.

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. Un número de faltas de asistencia superior al 20 % de las horas lectivas del 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. En caso de que el alumno/a no supere esta evaluación trimestral, deberá presentarse a la convocatoria final ordinaria con la materia de la citada evaluación.

### 9. TEMAS TRANSVERSALES

#### INCORPORACIÓN DE CONTENIDOS TRANSVERSALES.

Se trabajarán con los alumnos del grupo, básicamente, los siguientes temas transversales, aunque se ha de procurar que sean una constante que oriente la conducta y comportamiento del alumnado en la actividad diaria:

- **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 para la convivencia**, promoviendo el respeto, tanto en 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 para la igualdad entre los sexos**, promoviendo la cooperación entre los alumnos y el reparto equilibrado de todo tipo de tareas.
- **Educación multicultural**, partiendo de la aceptación de la propia identidad cultural se propiciará la tolerancia y respeto hacia otras culturas.
- **Educación moral y cívica**, desarrollando una actitud de tolerancia ante las diferencias individuales de cualquier tipo.
- **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 del consumidor**, desarrollando en los alumnos 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.
- **Orientación del alumno hacia el mundo laboral**, para facilitar su inserción en el mercado de trabajo cuando finalice el Ciclo.

## 10. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DEL ALUMNADO.

### MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DE LOS ALUMNOS

El punto de partida de todo proceso educativo ha de ser la consideración de la totalidad del alumnado como diverso. Por ello, cualquier diseño o programación didáctica deberá tener en cuenta la diversidad de los alumnos/as.

En cualquier grupo de alumnos se aprecian diferencias en cuanto a:

- Su capacidad para aprender.
- Sus conocimientos previos sobre la materia.
- Sus intereses y motivaciones para aprender, que condicionan la capacidad y dependen de su historia y situación personal.
- Sus metas o aspiraciones respecto a su futuro académico y profesional
- Sus estilos de aprendizaje.

Es 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, otros que los alcancen sobradamente. En ambos casos, es necesario plantear alternativas.

Teniendo en cuenta los objetivos del Ciclo formativo y el carácter terminal del mismo, se considera necesario e imprescindible que el alumno/a adquiera todos los contenidos mínimos fijados para el Módulo, ya que sólo así podrá alcanzar la cualificación profesional del título.

## 11. INSTALACIONES, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

## MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

Dadas las características del módulo, su carácter práctico, es necesario realizar las 30 horas de tutoría colectiva que se desarrollan durante los dos primeros trimestres, en un aula dotada de puesto de ordenador para cada alumno o alumna, cañón de proyección y pantalla, pizarra digital, internet y software específicos de gestión empresarial.

### **12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

Las programadas por el Departamento de Comercio y Marketing para el curso 2015/2016.

### **13. EL MÓDULO PROFESIONAL DE PROYECTO 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 adquiera 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**



## MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

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 al módulo profesional. 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 adoptará distintas fórmulas. Se utilizará para exponer un determinado tema o cuestión de especial dificultad mediante una exposición por parte del profesor-tutor; puede adoptar la estructura de un seminario entre los alumnos para la realización de trabajos colectivos o puestas en común; o puede ser foros de discusión, debate e intercambio.

## MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

### Contenidos de las tutorías colectivas:<sup>1</sup>

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 se 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.

---

<sup>1</sup> Al final se incluyen los Anexos con los cuadros de registro de incidencias de las tutorías y de la programación de las tutorías colectivas

MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

**ANEXO 1: PROGRAMACIÓN DE TUTORÍAS COLECTIVAS**

<b>MÓDULO: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES</b>	
<b>1ª EVALUACIÓN</b>	
<b>FECHA</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<b>OCTUBRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tutoría de presentación/ Programación de la evaluación (<b>1 de octubre</b>)</li> <li>- Recogida de las propuestas de trabajo del alumnado que vaya a defender el Proyecto en la convocatoria extraordinaria de Diciembre. (Hasta el 8 de octubre, a través de la plataforma "Campus FP distancia")</li> <li>- Designación del tutor o tutora individual del proyecto y aceptación de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo. Alumnado convocatoria extraordinaria de Diciembre( segunda semana de octubre)</li> <li>- Registro de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo y publicación en el tablón de anuncios del Centro (Alumnado convocatoria extraordinaria de Diciembre.)( tercera semana de octubre)</li> </ul>
<b>22 , 25 y 29 de octubre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de los contenidos (convocatoria extraordinaria Diciembre)</li> <li>- Diseño y planificación del Proyecto (convocatoria extraordinaria Marzo)</li> <li>- Diseño y planificación del Proyecto (convocatoria ordinaria Junio)</li> </ul>
<b>5,8 y 12 de Noviembre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tutoría de seguimiento</li> </ul>
<b>15 de Noviembre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega <b>parcial</b> del Proyecto, a través del "Campus FP distancia" alumnado convocatoria extraordinaria Diciembre.</li> </ul>
<b>19,22,26 y 29 de noviembre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguimiento de la ejecución (convocatoria extraordinaria de Diciembre)</li> <li>- Estudio de los contenidos.(convocatoria extraordinaria Marzo)</li> <li>- Seguimiento del diseño y planificación del Proyecto (convocatoria Junio)</li> </ul>
<b>3 de diciembre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Entrega definitiva del Proyecto alumnado de la convocatoria extraordinaria de Diciembre a través del "Campus FP Distancia".</b></li> </ul>
<b>10,13,17 y 20 de diciembre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recogida de las Propuestas de trabajo del alumnado que vaya a defender el Proyecto en la convocatoria extraordinaria de Marzo. (Hasta el 13 de diciembre )</li> <li>- Exposición o Defensa de Proyectos (Alumnado de la <b>convocatoria extraordinaria de Diciembre</b>). (Día concreto pendiente de determinar)</li> <li>- Designación del tutor o tutora individual del proyecto y aceptación de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo (convocatoria extraordinaria de Marzo)( 20 de diciembre)</li> </ul>

MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y  
ESPACIOS COMERCIALES

<b>2ª EVALUACIÓN</b>	
<b>10 de enero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de la propuesta por parte del equipo docente (convocatoria extraordinaria de Marzo) y publicación en el Tablón de anuncios del centro.</li> <li>- Tutoría de programación de la evaluación.</li> </ul>
<b>14,17,21,24,28 y 31 de enero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguimiento de la ejecución del Proyecto del alumnado convocatoria extraordinaria de Marzo.</li> <li>- Estudio de contenidos Proyecto(convocatoria Junio)</li> <li>- Tutoría de seguimiento</li> </ul>
<b>4 de febrero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega <b>parcial</b> alumnado convocatoria extraordinaria Marzo, a través del "Campus FP distancia"</li> </ul>
<b>7,11,14 de febrero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguimiento de la ejecución (convocatoria extraordinaria de Marzo)</li> <li>- Estudio de contenidos Proyecto (convocatoria Junio)</li> </ul>
<b>18 de febrero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recogida de Propuestas sobre el contenido del proyecto. Alumnado que vaya a defender el Proyecto en la convocatoria ordinaria de Junio. (Hasta el 16 de febrero).</li> </ul>
<b>21 y 25 de febrero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguimiento de la ejecución (convocatoria extraordinaria de Marzo)</li> <li>- Estudio de contenidos Proyecto.(convocatoria Junio)</li> </ul>
<b>28 de febrero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Entrega definitiva de Proyectos alumnado de la convocatoria extraordinaria de marzo, a través de "Campus fp distancia".</b></li> </ul>
<b>7,11y 14 de marzo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguimiento de la ejecución (convocatoria extraordinaria de Marzo)</li> <li>- Estudio de contenidos Proyecto.(convocatoria Junio)</li> <li>- Exposición o defensa de los Proyectos de la convocatoria extraordinaria de Marzo. (Día concretos pendiente de determinar)</li> <li>- Designación del tutor o tutora individual del proyecto y aceptación de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo (convocatoria ordinaria de Junio).</li> </ul>
<b>25 de marzo al 28 de marzo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo (alumnado convocatoria ordinaria Junio) y publicación en el tablón de anuncios del Centro.</li> </ul>
<b>ABRIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguimiento de la ejecución del Proyecto</li> </ul>
<b>MAYO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega parcial de Proyectos (hasta el 6 de mayo). <b>A través de "Campusfp distancia".</b></li> </ul>
<b>JUNIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Entrega definitiva de Proyectos. Alumnado convocatoria ordinaria de Junio ( Hasta 6 de Junio de 2019)</b></li> </ul>
<b>JUNIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exposición o Defensa. Alumnado convocatoria ordinaria de Junio( en fechas a determinar)</li> </ul>

