

**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA**

**MÓDULO PROFESIONAL:**

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

**CURSO 2020/21**

**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 .....	6
5. CONTENIDOS y SECUENCIACIÓN .....	8
6. METODOLOGÍA DIDÁCTICA .....	8
7. EL PROCESO DE EVALUACIÓN DEL ALUMNADO.....	10
8. CRONOGRAMA.....	12
9. NORMAS SOBRE LA ASISTENCIA A CLASE.....	13
10. TEMAS TRANSVERSALES.....	14
11. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DEL ALUMNADO.....	14
12. INSTALACIONES, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS. ....	15
13. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES. ....	15
14. EL MÓDULO PROFESIONAL DE PROYECTO EN LA MODALIDAD A DISTANCIA.....	15
ANEXO 1: CRONOGRAMA .....	20
ANEXO 2: REGISTRO DE INCIDENCIAS DE TUTORÍAS INDIVIDUALES Y COLECTIVAS.....	22

## 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)**

**RA 1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.**

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**

- a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.
- b) Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
- d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
- e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
- f) Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.
- g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.
- h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
- i) Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

**RA 2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.**

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**

- a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.
- b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.
- c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
- d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance.
- e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.
- f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.
- g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.
- i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

**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

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 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.

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

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.

### ESCENARIOS POSIBLES DURANTE EL CURSO

Según la Resolución de 30 de julio de 2020, de la Consejería de Educación, por la que se dispone la reanudación presencial de las clases en el curso escolar 2020-2021 y se aprueban las instrucciones de organización para el inicio de curso, que serán de aplicación hasta el fin de la crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19, se plantean tres escenarios posibles:

ESCENARIO 1	<b>NUEVA NORMALIDAD. PRESENCIAL.</b> Aquel en el que los datos epidemiológicos y las recomendaciones de las autoridades sanitarias permitan el desarrollo presencial de las actividades lectivas con las medidas de distanciamiento e higiene necesarias.
ESCENARIO 2	<b>RESTRICCIONES PARCIALES O SECTORIALES. SEMIPRESENCIAL.</b> Se considerará este escenario cuando se produzca un empeoramiento de la situación sanitaria que implique medidas adicionales como, por ejemplo, limitar parcialmente la actividad presencial en el centro o en grupos concretos. Cada situación deberá ser valorada y, según lo que determinen las autoridades sanitarias, se plantearán actuaciones específicas para cada caso. Este escenario podrá consistir en la división del grupo en 2 subgrupos con el fin de poder mantener la distancia de seguridad en el aula. Las clases se impartirán alternando la asistencia a clase de los dos subgrupos.
ESCENARIO 3	<b>CONFINAMIENTO. TELEMÁTICO.</b> En esta situación será obligatorio el cierre de los centros educativos y, por tanto, la actividad educativa en línea. Se tratará de seguir, en la medida de lo posible, el horario lectivo habitual.

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

Como indica dicha Resolución, se tendrá en cuenta que “la evolución epidemiológica es dinámica y según los cambios que puedan producirse será necesaria la modificación o actualización de protocolos y planes de contingencia”.

Independientemente del escenario en el que nos encontremos, utilizaremos Educastur 365. Se creará con el alumnado un equipo de Teams desde el inicio de curso, el cual servirá de vía de comunicación bidireccional (alumnado-profesorado/profesorado-alumnado) e incluirá un bloc de notas. A través de Educastur 365 (Teams, OneNote, etc.) se podrán compartir apuntes, plantillas, ejercicios, tareas, etc. del módulo. Las entregas de actividades durante el curso se podrán realizar por Teams y/o OneNote.

La frecuencia del uso de Teams podrá venir condicionada por los escenarios, de utilizarlo a modo de resolución de dudas y acceso a materiales (escenario 1 y 2), a utilizarlo también para realizar clases telemáticas, exámenes online, etc. (escenario 3).

### **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.

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.

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

- 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.

### TUTORÍA 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.

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.

MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

8. CRONOGRAMA

MÓDULO: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES	
FECHA	CONTENIDOS
OCTUBRE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tutoría de presentación/ Programación de la evaluación</li> <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>. (2ª 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. (2ª semana)</li> <li>- Registro de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo. Alumnado convocatoria extraordinaria de Diciembre (2ª semana) y Publicación en el tablón de anuncios del Centro.</li> </ul>
NOVIEMBRE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega parcial alumnado convocatoria extraordinaria de Diciembre (hasta el 3 de noviembre)</li> <li>- Segunda entrega parcial (hasta el 17 de noviembre)</li> <li>- ENTREGA de Proyectos alumnado de la <b>convocatoria extraordinaria de Diciembre</b>. (Hasta el 30 de noviembre)</li> </ul>
DICIEMBRE	<ul style="list-style-type: none"> <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. (3ª semana de diciembre).</li> </ul>
ENERO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo. Alumnado convocatoria extraordinaria de Marzo. (2ª semana de enero de 2020) y Publicación en el tablón de anuncios del Centro.</li> <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 (1ª semana de febrero)</li> <li>- Recogida de Propuestas sobre el contenido del proyecto. Alumnado que vaya a defender el Proyecto en la convocatoria ordinaria de Junio. (Hasta 2ª semana de febrero)</li> </ul>

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

MARZO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega Definitiva de los Proyectos por parte del alumnado de la convocatoria extraordinaria de Marzo (hasta 1ª semana de marzo)</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) (1ª semana 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 2ª semana de mayo)
MAYO	<b>Entrega definitiva de Proyectos. Alumnado convocatoria ordinaria de Junio (Hasta última semana de mayo)</b>
JUNIO	<b>Exposición o Defensa. Alumnado convocatoria ordinaria de Junio (en fechas a determinar)</b>

*Las fechas podrán verse ligeramente modificadas si la situación así lo requiere.*

## **9. NORMAS SOBRE LA ASISTENCIA A CLASE.**

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.
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.

## 10. TEMAS 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.

## 11. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DEL ALUMNADO.

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.

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

- 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.

### **12. INSTALACIONES, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.**

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.

### **13. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

Las programadas por el Departamento de Comercio y Marketing para el curso 2020/2021.

### **14. 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 está basado en el aprendizaje autosuficiente del alumno. Para esta modalidad el alumnado accederá a los materiales, a través de la red, mediante metodología *e-learning* a través de la plataforma de formación virtual "CAMPUS FP DISTANCIA" (plataforma ofrecida por la propia Consejería de Educación a través de la página de Educastur).

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.

## **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**. Quien ejerza la tutoría individual orientará y asesorará al alumno o alumna en el proceso de desarrollo del proyecto. Asimismo, se encargará, en su caso, 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.

Esta tutoría se llevará a cabo de forma continuada a lo largo de todo el curso, de forma telemática, telefónica o presencial

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

## **CONTENIDOS Y SECUENCIACIÓN**

### **Orientaciones pedagógicas:**

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

El módulo de Proyecto de Gestión de Ventas y Espacios comerciales 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 y tendrá las siguientes fases de realización:

- o **Presentación y valoración de la propuesta.** El alumnado presentará una propuesta sobre el contenido del proyecto que se propone realizar en el plazo legalmente establecido.

El equipo docente, presidido por la tutora que ejerce la tutoría colectiva del proyecto valorará la propuesta de proyecto presentada por cada alumno o alumna, teniendo en cuenta, al menos, su adecuación a los contenidos abordados en el ciclo formativo y la posibilidad de realización efectiva del proyecto en los plazos existentes.

- o **Designación de tutor o tutora individual del proyecto y aceptación de la propuesta.** El equipo docente del ciclo acordará, en reunión convocada al efecto, la designación de los tutores o tutoras individuales, entre los que podrá figurar el profesorado que ejerza las tutorías colectivas. Asimismo, el equipo docente decidirá si acepta o no la propuesta de proyecto presentada, haciéndolo constar mediante un acta que se publicará en el tablón de anuncios del centro docente.

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

El alumnado cuya propuesta de proyecto no fuera aceptada por el equipo docente dispondrán de un plazo para introducir las modificaciones oportunas o proceder a la presentación de una nueva propuesta. Transcurrido dicho plazo, si no se hubieran presentado modificaciones o una nueva propuesta, se considerará que el alumno o la alumna renuncian a la convocatoria del módulo.

- **Registro de la propuesta.** Una vez aceptada la propuesta del proyecto por el equipo docente y designada la tutoría individual del mismo, quedará registrada en la Secretaría del centro docente. El registro de la propuesta deberá realizarse al menos dos meses antes de la fecha que el centro establezca para su exposición o defensa. Una vez registrada la propuesta, el alumno o la alumna podrá solicitar la renuncia a la convocatoria según se establece en el artículo 23 de la Resolución de 18 de junio de 2009, de la Consejería de Educación y Ciencia, por la que se regula la organización y evaluación de la Formación Profesional del sistema educativo en el Principado de Asturias.
- **Entrega, exposición o defensa.** Una vez aceptada la propuesta del Proyecto, el tutor o la tutora individual fijará las fechas en la que el alumnado deberá entregar, exponer o defender cada proyecto. Dicha fecha será publicada en el tablón de anuncios del centro docente. La ausencia de presentación del proyecto tendrá la consideración de convocatoria consumida, excepto si se presenta la correspondiente renuncia. El alumnado entregará el trabajo en formato digital a través del *Campus fp distancia* en la fecha programada y un ejemplar en formato papel, debidamente encuadernado, el día de la exposición o defensa del Proyecto.

Según lo anterior, 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 pueden proponer una serie de proyectos técnicamente viables que sean susceptibles de ser desarrollados.

Posteriormente 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
- Resumen
- Índice numerado y paginado
- Introducción
- Contenidos (uno o varios capítulos)
- Conclusiones
- Bibliografía
- Anexos

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

### **PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN**

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.

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 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.

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.

### **CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

Para obtener la calificación del módulo, se tendrán en cuenta las siguientes ponderaciones:

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

Una vez aplicados estos criterios la CALIFICACIÓN final del módulo de Proyecto de Gestión de ventas y Espacios Comerciales estará comprendida entre 1 y 10, sin decimales y será necesario alcanzar 5 o más puntos para obtener una calificación positiva.

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

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.

Los alumnos y las alumnas autores de los proyectos tienen plena disposición y derecho exclusivo a la explotación del proyecto presentado, sin más limitaciones que las contenidas en la normativa vigente en materia de propiedad industrial e intelectual.

MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y  
ESPACIOS COMERCIALES

**ANEXO 1: CRONOGRAMA**

<b>MÓDULO DE PROYECTO</b>	
<b>CONVOCATORIA DE DICIEMBRE</b>	
<b>FECHA</b>	<b>CONTENIDOS</b>
Octubre	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>6 de octubre:</b> Tutoría de presentación/ Programación de la evaluación</li> <li>✓ <b>Hasta el 9 de octubre:</b> Recogida de las propuestas de trabajo del alumnado que vaya a defender el Proyecto a través de la plataforma "Campus FP distancia"</li> <li>✓ <b>Segunda semana de octubre:</b> Designación de la tutora individual del proyecto y aceptación de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo.</li> <li>✓ <b>Tercera semana de octubre</b> Registro de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo y publicación en el tablón de anuncios del Centro</li> </ul>
Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>9 y 16 de noviembre:</b> Tutorías de seguimiento</li> <li>✓ <b>23 de noviembre:</b> Entrega parcial del Proyecto, a través del "Campus FP distancia"</li> </ul>
Diciembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>4 de diciembre:</b> Entrega definitiva de Proyectos a través de "Campus FP distancia"</li> <li>✓ <b>Del 7 al 21 de diciembre:</b> Exposición o Defensa de Proyectos</li> </ul>
<b>CONVOCATORIA DE MARZO</b>	
Enero	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Hasta el 8 de enero:</b> Recogida de las Propuestas de trabajo del alumnado</li> <li>✓ <b>Tercera semana de enero:</b> Designación del tutor o tutora individual del proyecto y aceptación de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo</li> <li>✓ <b>Cuarta semana de enero:</b> Registro de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo y publicación en el tablón de anuncios del Centro</li> </ul>
Febrero	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>1 de febrero:</b> Tutoría de seguimiento</li> </ul>

MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y  
ESPACIOS COMERCIALES

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>8 de febrero:</b> Entrega parcial de proyectos a través del "Campus FP distancia"</li> </ul>
Marzo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>1 de marzo:</b> Entrega definitiva de Proyectos a través de "Campus FP distancia"</li> <li>✓ <b>Del 8 al 24 de marzo:</b> Exposición o Defensa de Proyectos.</li> </ul>
<b>CONVOCATORIA DE JUNIO</b>	
Marzo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Hasta el 12 de marzo:</b> Recogida de las Propuestas de trabajo del alumnado</li> <li>✓ <b>Tercera semana de marzo:</b> Designación del tutor o tutora individual del proyecto y aceptación de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo</li> <li>✓ <b>Cuarta semana de marzo:</b> Registro de la propuesta por parte del equipo docente del ciclo y publicación en el tablón de anuncios del Centro.</li> </ul>
Abril	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tutorías de seguimiento</li> </ul>
Mayo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Hasta el 4 de mayo:</b> Entrega parcial de Proyectos a través de "Campus FP distancia"</li> <li>✓ <b>Hasta el 31 de mayo:</b> Entrega definitiva de Proyectos a través de "Campus FP distancia"</li> </ul>
Junio	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Exposición o Defensa de Proyectos.</li> </ul>

