

17.5.8.- MÓDULO PROFESIONAL 8

Módulo profesional:	Escaparatismo y diseño de espacios comerciales
Código:	0926
Ciclo formativo:	Gestión de Ventas y Espacios Comerciales
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y Marketing
Duración:	90 horas
Curso:	2º
Especialidad del profesorado:	Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Módulo asociado a las unidades de competencia:	UC0501_3: Establecer la implantación de espacios comerciales. UC0504_3: Organizar y supervisar el montaje de escaparates en el establecimiento comercial.

A.- Objetivos generales que se alcanzan con este módulo:

- 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
- 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.

B.- Competencias generales que se alcanzan con dicho módulo

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

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

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

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

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

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

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

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

r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

C.- Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.

Criterios de evaluación:

a) Se ha analizado la información de la empresa, la competencia, personas consumidoras y el producto o servicio que resulta relevante para la definición de un espacio comercial.

b) Se han utilizado las fuentes de información internas y externas, online y offline, necesarias para la realización de un proyecto de implantación.

c) Se han identificado las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.

d) Se han diseñado espacios comerciales respetando la normativa aplicable.

e) Se han determinado los efectos psicológicos que producen en quienes consumen las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales.

2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido las funciones y objetivos de la implantación.
 - b) Se han identificado los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores.
 - c) Se ha elaborado la información de base para la implantación de los elementos en el interior y en el exterior del espacio comercial.
 - d) Se han elaborado propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial.
 - e) Se han establecido medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento.
3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han elaborado proyectos de implantación, diseñando los elementos interiores y exteriores del establecimiento y atendiendo a criterios de rentabilidad e imagen de empresa.
- b) Se han elaborado presupuestos de implantación, valorando económicamente los elementos internos y externos de la misma y determinando los recursos humanos y materiales necesarios.
- c) Se han confeccionado cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos que han de realizarse.
- d) Se han aplicado criterios económicos y comerciales para la ejecución de la implantación en el espacio comercial.
- e) Se han propuesto medidas para la resolución de las posibles incidencias surgidas en el proceso de organización y ejecución de la implantación.

4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología de quien vaya a consumir, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los efectos psicológicos de las distintas técnicas de escaparatismo sobre quienes vayan a consumir.
- b) Se han establecido las funciones y objetivos de un escaparate.
- c) Se ha valorado el impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.
- d) Se han definido los criterios de selección de materiales para un escaparate, en función de una clientela potencial y unos efectos deseados.
- e) Se ha analizado el diseño y montaje de distintos escaparates.
- f) Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate.

5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han seleccionado los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.
 - b) Se han aplicado distintas técnicas de escaparatismo, teniendo en cuenta los efectos psicológicos de las mismas en quienes consuman.
 - c) Se han seleccionado distintas combinaciones de color para conseguir diferentes efectos visuales.
 - d) Se han aplicado técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño según los objetivos definidos.
 - e) Se han utilizado herramientas informáticas para la distribución de espacios en el diseño de los escaparates.
6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha analizado la terminología básica de proyectos de escaparatismo.

- b) Se ha interpretado la documentación técnica y los objetivos del proyecto de escaparate.
- c) Se han seleccionado los materiales y la iluminación adecuados.
- d) Se ha organizado la ejecución del montaje de escaparates previamente definidos.
- e) Se ha realizado la composición y el montaje de escaparates.

D.- CONTENIDOS

U.D. 1: Diseño de distribución y organización de un espacio comercial:

Conceptos

- 1.1 Estudio y conocimiento de la clientela
- 1.2 Comportamiento de quienes consumen en el establecimiento comercial
- 1.3.- La realización del proceso de una compra
- 1.4.- Tipos de compra.
- 1.5.- Determinantes internos del comportamiento de quien consume.
- 1.6.- Condicionantes externos del comportamiento de quien consume.
- 1.7.- La distribución y el marketing.
- 1.8.- El merchandising.
- 1.9.- Acciones de merchandising de fábrica.
- 1.10.- Acciones de merchandising de la distribución.
- 1.11.- Acciones conjuntas de merchandising o trade marketing.
- 1.12.- Funciones principales del merchandising.
- 1.13.- Tipos de merchandising.
- 1.14.- Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales.

Procedimientos:

- 1. Análisis de la información de la empresa, la competencia, el consumidor o la consumidora y el producto o servicio que resulta relevante para la definición de un espacio comercial.
- 2. Diseño, elaboración, utilización, tratamiento y almacenamiento de los datos e información internas y externas, y sus fuentes, *online* y *offline*, necesarias para la realización de un proyecto de implantación.
- 3. Identificación de las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales, y métodos y *software* para su diseño y planificación.
- 4. Diseño de espacios comerciales respetando la normativa aplicable, uso de herramientas informáticas para su diseño, tratamiento y modificación, y presentación al cliente
- 5. Determinación de los efectos psicológicos que producen en el consumidor o la consumidora las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales.

Actitudes

- 1. Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.
- 2. Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.

U.D.2.- Selección de los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación:

Conceptos

- 2.1.- Puntos o zonas calientes y frías naturales del establecimiento:
- 2.2.- Arquitectura exterior del establecimiento

- 2.3.- Determinación del punto de acceso en función de las zonas frías y calientes naturales.
- 2.4.- Elementos exteriores.
- 2.5.- La puerta y los sistemas de acceso.
- 2.6.- La fachada.
- 2.7.- La vía pública como elemento publicitario
- 2.8.- El rótulo exterior.
- 2.9.- La iluminación exterior.
- 2.10.- El escaparate.
- 2.11.- El hall del establecimiento.
- 2.12.- Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.
- 2.13.- Elementos interiores.
- 2.14.- Ambiente del establecimiento.
- 2.15.- Distribución de los pasillos.
- 2.16.- Implantación de las secciones.
- 2.17.- Disposición del mobiliario.
- 2.18.- Realización del lay out del establecimiento (esquema de distribución del establecimiento).
- 2.19.- La circulación.
- 2.20.- Normativa de seguridad e higiene.

Procedimientos

1. Definición de las funciones y objetivos de la implantación.
2. Identificación de los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores.
3. Elaboración de la información de base para la implantación de los elementos en el interior y en el exterior del espacio comercial.
4. Elaboración de propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial.
5. Establecimiento de medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento

Actitudes

1. Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.
2. Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades

U.D.3.- Elaboración de proyectos de implantación de espacios comerciales:

Conceptos

- 3.1.- Tipos de escaparates.
- .. 3.2.- Elementos del escaparate
- 3.3.- Presupuesto de implantación del escaparate.
- 3.4.- Realización del cronograma o planificación temporal del escaparate
- 3.5.- Criterios económicos y comerciales en la implantación
- 3.6.- Incidencias en la implantación

Procedimientos

1. Elaboración de proyectos de implantación y mejora, diseñando los elementos interiores y exteriores del establecimiento, y atendiendo a criterios de rentabilidad e imagen de empresa.

2. Elaboración de presupuestos de implantación, valorando económicamente los elementos internos y externos de la misma, y determinando los recursos humanos y materiales necesarios
3. Confección de cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos que han de realizarse.
4. Aplicación de criterios económicos y comerciales para la ejecución de la implantación en el espacio comercial.
5. Realización de propuesta de medidas para la resolución de las posibles incidencias surgidas en el proceso de organización y ejecución de la implantación.

Actitudes

1. Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.
2. Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades

UD 4 Criterios de composición y montaje de escaparates:

Conceptos

- 4.1.- El escaparate y la comunicación.
- 4.2.- La percepción y la memoria selectiva.
- 4.3.- La percepción y la memoria selectiva..
- 4.4.- La imagen.
- 4.5.- La asimetría y la simetría.
- 4.6.- Las formas geométricas.
- 4.7.- Eficacia del escaparate.
- 4.8.- Cálculo de ratios de control de la eficacia del escaparate.

Procedimientos

1. Identificación de los efectos psicológicos de las distintas técnicas de escaparatismo sobre el consumidor o la consumidora.
2. Establecimiento de las funciones y objetivos de un escaparate.
3. Valoración del impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.
4. Definición de los criterios de selección de materiales para un escaparate, en función de una clientela potencial y unos efectos deseados.
5. Análisis del diseño y montaje de distintos escaparates.
6. Definición de los criterios de composición y montaje del escaparate

Actitudes

1. Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.
2. Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades

UD 5 Diseño de distintos tipos de escaparate:

Conceptos

- 5.1.- El color en la definición del escaparate
- 5.2.- Iluminación en escaparatismo
- 5.3.- Elementos para la animación del escaparate.
- 5.4.- Técnicas de negociación.
- 5.5.- Aspectos esenciales del escaparate
- 5.6.- Aspectos esenciales del escaparate

5.7.- Bocetos de escaparates.

5.8.- Programas informáticos de diseño y distribución de espacios

Procedimientos

1. Selección de los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.
2. Aplicación de las distintas técnicas de escaparatismo, teniendo en cuenta los efectos psicológicos de las mismas en el consumidor o la consumidora.
3. Selección de las distintas combinaciones de color para conseguir diferentes efectos visuales.
4. Aplicación de técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño según los objetivos definidos.
5. Uso de herramientas informáticas para la distribución de espacios en el diseño de los escaparates

Actitudes

1. Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.
2. Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades

U.D.6.- Organización del montaje del escaparate comercial:

Conceptos

- 6.1.- Planificación de actividades
- 6.2.- Materiales y medios
- 6.3.- Cronograma de montaje
- 6.4 Técnicas que se utilizan habitualmente para el montaje de escaparates.
- 6.5.- Presupuesto del escaparate comercial
- 6.6.- Métodos de cálculo de presupuestos.
- 6.7.- Programas informáticos utilizados en la gestión de tareas y proyectos.

Procedimientos

1. Análisis de la terminología básica de proyectos de escaparatismo.
2. Interpretación de la documentación técnica y los objetivos del proyecto de escaparate.
3. Selección de los materiales y la iluminación adecuados.
4. Organización de la ejecución del montaje de escaparates previamente definidos.
5. Realización de la composición y el montaje de escaparates

Actitudes

1. Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.
2. Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades

E.- CONTENIDOS MÍNIMOS POR EVALUACIÓN

1ª Evaluación:

1. Distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.
2. Análisis de la normativa comercial y de seguridad e higiene aplicable al diseño de espacios comerciales.
3. Análisis de información sobre psicología del consumidor o de la consumidora, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.
4. Definición de las funciones y objetivos de la implantación.
5. Selección de los elementos interiores y exteriores.
6. Elaboración de propuestas para calentar las zonas frías del establecimiento.

7. Diseño de elementos interiores y exteriores del establecimiento.
8. Utilización de aplicaciones informáticas para el diseño del interior y exterior del establecimiento y para el tratamiento de la información.
9. Elaboración de presupuestos de implantación.
10. Diseño de espacios comerciales respetando la normativa aplicable.
11. Utilización de las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales, atendiendo a los efectos psicológicos que producen en el consumidor o la consumidora.
12. Identificación de las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.
13. Confección de cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos.
14. Selección de medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento.

2ª Evaluación:

1. Fijación de criterios de composición y montaje de escaparates.
2. Selección de distintas técnicas de escaparatismo según sus efectos psicológicos sobre el consumidor o la consumidora.
3. Diseño de los elementos básicos del escaparate.
4. Interpretación de documentación técnica de proyectos de escaparate.
5. Diseño de distintos tipos de escaparate.
6. Selección de materiales e iluminación del escaparate.
7. Organización del montaje de un escaparate.
8. Utilización de aplicaciones informáticas para la gestión de tareas y proyectos para la organización del montaje de un escaparate comercial, para gestionar las bases de datos de nuestros clientes o clientas, y presentación de proyectos

F.- DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LAS UNIDADES DE TRABAJO:

Unidades Didácticas	Evaluación	Horas previstas	Resultado de aprendizaje relacionado
U.D. 1: Diseño de distribución y organización de un espacio comercial:	1º	15	RA 1
U.D.2.- Selección de los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación::	1ª	15	RA 2
U.D.3.- Elaboración de proyectos de implantación de espacios comerciales:	1ª	15	RA 3
UD 4 Criterios de composición y montaje de escaparates:	2ª	15	RA 4
UD 5 Diseño de distintos tipos de escaparate::	2ª	15	RA 5
U.D.6.- Organización del montaje del escaparate comercial:	2ª	15	RA 6

G.- TRANSVERSALIDAD

	Educación ambiental	Educación para el consumo	Educación para la comunicación	Educación para la convivencia paz y la Educación para la	Educación para la salud	Educación no sexista	Educación para la salud	Educación vial
U.D. 1: Diseño de distribución y organización de un espacio	x	x	x	x	x	x	x	x
U.D.2.- Selección de los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación::	X	X	X		X	x		
U.D.3.- Elaboración de proyectos de implantación de espacios comerciales:		X	X	X	X	x		
UD 4 Criterios de composición y montaje de escaparates:	X	X	X	X	X	X	X	X
UD 5 Diseño de distintos tipos de escaparate:	X	X	X	X	X	X		
U.D.6.- Organización del montaje del escaparate comercial:	X	X	X	X	X	X		

H.- METODOLOGÍA DIDÁCTICA

En general, se usará aquella metodología en la que la participación del alumno/a sea un elemento importante.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar dos funciones; por un lado, diseño de distribución y organización de un espacio comercial, y, por otro lado, la función del diseño y organización de escaparates.

Por ello, cabe diferenciar, claramente, en estos dos grandes apartados de “organización de espacios comerciales” y “diseño y montaje de escaparates”, el contenido del módulo.

Para la organización y el desarrollo del proceso de aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

En primer lugar, parece importante destacar la dependencia que en este módulo tiene del bloque 1, que debe capacitar para la utilización de paquetes informáticos y aplicaciones de propósito general suficientes como para que, en este módulo y en otros, puedan desarrollarse aplicaciones específicas en sus apartados procedimentales.

Este módulo se relaciona estrechamente con el módulo “**Gestión de productos y promociones en el punto de venta**”, y es importante coordinar el contenido de ambos módulos, a fin de no solapar contenidos, dado que los dos trabajan el *merchandising* además del valor añadido y las sinergias que pueden obtener ambos módulos.

El aprendizaje de las competencias individuales del alumno o de la alumna se puede reforzar con:

- El desarrollo de casos prácticos, proponiendo la creación de equipos de trabajo con el fin de desarrollar IMEs (Investigación de *Merchandising* y Escaparatismo) de espacios comerciales del entorno de la población en el que está sito el centro de estudios.
- El desarrollo de *briefings* de escaparates, utilizando las TICs más apropiadas.
- Recorrido en las webs que contienen imágenes, videos y otros materiales para ser analizados y estudiados en el aula.

Para todo ello, es importante aprender a diseñar *dossieres* con los ítems a analizar en un punto de venta, espacio comercial y escaparate para su posterior evaluación in situ y valoración con las mejoras analizadas tras el estudio, además de su posterior presentación al resto de los grupos, asemejándolo a la presentación del IME al gerente de un espacio comercial.

El profesorado deberá realizar un seguimiento cercano e individualizado del proceso de aprendizaje de cada alumno o alumna, realizando anotaciones sistemáticas de avances y dificultades en una lista de control.

I.- INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Para que la evaluación cumpla su función formativa y que la calificación que recibe el alumno se corresponda con sus progresos y ésta en relación con sus capacidades y el nivel alcanzado en el aprendizaje, se ha de tener la máxima información de diversas fuentes.

La evaluación de aprendizaje se efectuará:

- a) Evaluando el aprendizaje del alumno a través de la actividad habitual en el aula.
- b) Mediante pruebas específicas de evaluación.

La evaluación de aprendizaje a través de las actividades habituales del aula, debe ser sistematizado y formalizada adecuadamente, haciendo las oportunas anotaciones con una cierta periodicidad en la ficha del alumno. En principio, el propio seguimiento del alumno en cuanto a su trabajo y participación en las actividades del aula, ya permite realizar una primera valoración de los conocimientos que muestran, sus deficiencias y dificultades. Ciertamente, la observación en el aula ha de ser un instrumento utilizado fundamentalmente para evaluar actitudes y hábitos de los alumnos, tanto en el plano individual como en su participación en tareas colectivas. Esta técnica de evaluación debe ser también utilizada para valorar los procedimientos relacionados con la expresión oral, que se ponen de manifiesto en el debate y en la argumentación.

Un instrumento importante y bastante utilizado es la observación de los trabajos del alumno a lo largo del curso, bien individuales o en grupo.

Dentro de las pruebas escritas, existen diferentes modalidades, pruebas objetivas,, pruebas de interpretación de datos, pruebas basadas en la exposición de un tema.

Los instrumentos que se van a utilizar ponen de manifiesto que a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje se está recabando información relevante para llevar a cabo la evaluación formativa, observando los progresos y dificultades de los alumnos y, en consecuencia facilitando la prestación de las ayudas pedagógicas necesarias.

Al final de cada unidad de trabajo se desarrollará una prueba de evaluación que junto con el resto de observaciones permitirá valorar el grado de aprendizaje adquirido.

La evaluación general , se plantea al principio del curso pasando a los alumnos una prueba que persigue los siguientes objetivos: observar sus preconceptos, la capacidad de comprensión y comunicación de la realidad económica y las motivaciones e intereses frente a la materia.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

A.- Período de evaluación ordinario:

A.1.- La nota de evaluación será la suma de los dos apartados siguientes:

1.- La observación en el aula que comprenderá las actitudes generales (interés y dedicación en las tareas de clase, grado de colaboración y participación y puntualidad)

La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose de la siguiente forma:

- a. Interés y dedicación un 10% para la nota final.
- b. Colaboración y participación (valorándose el uso de materiales, adecuación en contenidos y formas en la intervención en clase y trabajo en grupo) ponderándose un 15%
- c. Puntualidad valorándose un 5%

2.- Por otro lado, también se valorarán los exámenes y los trabajos que podrá concretarse en la corrección de actividades, revisión de trabajos bien a realizar individualmente o en grupo durante cada una de los periodos de evaluación, en fechas concretadas previamente o en los momentos que el profesor estime oportunos, con o sin previo aviso. La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 70% para la nota final.

Para la valoración de las diversas pruebas y trabajos no sólo se tendrá en cuenta, el nivel del conocimiento específico de la materia que demuestre el alumno/a, sino también la coherencia y precisión en la exposición de las ideas y el razonamiento de las mismas, la expresión oral y escrita, la riqueza de vocabulario y la ortografía.

A.2.- Nota final del módulo:

La nota final del módulo será la media de las dos evaluaciones siempre que, en cada una de ellas, tenga una calificación mínima de 5. En caso contrario, es decir en el caso de tener una o más evaluaciones suspensas (menos de 5), deberá recuperar todas y cada una de ellas para poder realizar dicha nota media.

B.- Alumnos que no se les puede aplicar los criterios de calificación en evaluación ordinaria.

Para aquellos alumnos cuyas faltas alcancen el 15% del cómputo trimestral aplicable al módulo no se les podrá aplicar los criterios de calificación, siendo evaluados mediante una prueba que se realizará al final de la evaluación o en el mes de marzo.

La prueba, versara sobre los contenidos mínimos de las distintas unidades de trabajo del módulo

La nota de la prueba extraordinaria será la suma de los dos apartados siguientes:

1. La nota de la prueba extraordinaria que se puntuará de 0 a 10 y que se ponderará en un 70%
2. La nota de las actividades de recuperación que se puntuarán de 0 a 10 y se ponderarán en un 30%

C.- Período de Evaluación Extraordinario: (Los alumnos se examinarán de aquellas partes suspensas)

C.1.- La nota de la evaluación extraordinaria será la suma de los dos apartados siguientes:

1.- La observación en el aula que comprenderá las actitudes generales (puntualidad, respeto a las normas establecidas, interés y dedicación en las tareas de clase, grado de participación y colaboración, finalización

y entrega de los trabajos en el día previsto...) La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 30% para la nota final.

2.- Por otro lado, también se valorarán los exámenes y los trabajos que podrá concretarse en la corrección de actividades, revisión de trabajos bien a realizar individualmente o en grupo durante cada una de los periodos de evaluación, en fechas concretadas previamente o en los momentos que el profesor estime oportunos, con o sin previo aviso. La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 70% para la nota final.

C.2.- La nota final del módulo en convocatoria extraordinaria será la media de las evaluaciones aprobadas más la nota alcanzada en la prueba extraordinaria, teniendo que ser igual o superior al 5 para superar dicho módulo.

J.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Los alumnos calificados negativamente en alguna evaluación, se seguirá un sistema de recuperación que será específico para cada alumno y estará en función del/os objetivo/s inalcanzado/s. Existen objetivos que el alumno puede recuperar en próximas evaluaciones, mientras que otros exigen pruebas específicas de recuperación (trabajo, pruebas escritas, ...) y que se celebrarán dentro de las fechas acordadas con el grupo, y en el caso de las pruebas escritas su estructura hará referencia a los mínimos reseñados en dicha programación. Antes de realizar la prueba de recuperación se dará información sobre contenidos impartidos y se hará hincapié en aquellos que presentan mayor dificultad para los alumnos.

K.- PLAN DE RECUPERACIÓN

a) Periodo de evaluación ordinaria:

El sistema de recuperación podrá ser específico para cada alumno y estará en función del objetivo/s inalcanzado/s. Existen objetivos que el alumno puede recuperar en próximas evaluaciones, mientras que otros exigen pruebas específicas de recuperación (trabajo, prueba escrita, oral...) y que se celebrarán dentro de las fechas acordadas con el grupo, y en el caso de la prueba oral y/o escrita su estructura hará referencia a los mínimos reseñados en dicha programación.

Antes de realizar la prueba de recuperación se dará información sobre contenidos impartidos y se hará hincapié en aquellos que presentan mayor dificultad para los alumnos

b) Periodo de evaluación extraordinaria:

El sistema de recuperación podrá ser específico para cada alumno y estará en función del objetivo/s inalcanzado/s. Consistirá:

1.- La observación en el aula que comprenderá las actitudes generales (puntualidad, respeto a las normas establecidas, interés y dedicación en las tareas de clase, grado de participación y colaboración, finalización y entrega de los trabajos en el día previsto...) La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 30% para la nota final.

2.- Por otro lado, también se valorarán los exámenes y los trabajos que podrá concretarse en la corrección de actividades, revisión de trabajos a realizar individualmente durante el tercer trimestre del año académico, en fechas concretadas previamente o en los momentos que el profesor estime oportunos, con o sin previo aviso. La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 70% para la nota final.

L.- MATERIALES Y RECURSOS DIDACTICOS

Para el seguimiento de los contenidos se seguirá apuntes que se les entregará antes de cada Unidad didáctica, y se les entregará un cuestionario que hará hincapié en aquellos aspectos más importantes de las mismas.

Así mismo se les facilitará un cuestionario para la realización de las encuestas. Posteriormente deberán ser los propios alumnos los que desarrollen su propio cuestionario y saquen sus propias conclusiones.

Como complementario a los temas teóricos antes de cada Unidad de Trabajo (en aquellas que sea posible) se les pasará un video didáctico de acuerdo a 1a programación

M.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Los alumnos realizarán una visita a varios tipos de tiendas comerciales para que analicen varios escaparates y así vean en que se diferencia cada uno de ellos. En dichas visitas tomarán nota de una serie de aspectos que deben observar y que les serán comunicados antes de la visita. Posteriormente deberán presentar los trabajos que se les encomienden.

Las actividades serán de carácter obligatorio y se valorarán aquellos trabajos que se puedan derivar de dichas actividades complementarias, calificándolos con una nota numérica de 1 a 10. La puntuación alcanzada se sumara al resto de actividades programadas dentro del módulo, contando como una nota más.