



<b>TITULACION</b>	GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES	<b>NIVEL</b>	2º SGV
<b>FAMILIA PROFESIONAL</b>	COMERCIO Y MARKETING		
<b>MODULO PROFESIONAL</b>	LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO		

<b>RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS. SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL</b>		
<b>U.D.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Horas</b>
0	Presentación del módulo. Covid	1
1	La gestión de la cadena de suministro	8
2	Gestión de aprovisionamiento	12
3	Selección de las fuentes de suministro	18
4	La negociación comercial	15
5	Contrato de compraventa y suministro	13
6	Gestión de stocks: la previsión de la demanda y los modelos de gestión de stocks	18
7	El sistema de producción	11
8	La planificación de la producción y los materiales	15
	Total horas	111

**EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS****I.- Los instrumentos de evaluación**

- . Registro de observación del trabajo diario del alumno/a.
- . Resultados y procedimientos en relación a trabajos y otras actividades de ejecución individual o grupal (la presentación y ejecución dentro del plazo, los errores cometidos...).
- . Exámenes y/o ejercicios de clase o fuera de ella.

**II.- Criterios de calificación**

- . Todos los instrumentos de evaluación se calificarán en una escala de 1 a 10.
- . En las evaluaciones parciales, cada RA se evaluará sobre 10.
- . Si un criterio no se evalúa, su peso se distribuirá entre los demás.
- . La nota de cada evaluación parcial, se formará como media ponderada de los RA impartidos.
- . Para poder hacer media, la nota de cada RA deberá ser mínimo de 4,5 puntos.
- . La nota final se calculará teniendo en cuenta todos los RA y sus correspondientes ponderaciones

Contenidos conceptuales.- 70 %	Contenidos procedimentales. 20%	Contenidos actitudinales.- 10 %
Pruebas escritas u orales de contenido teórico-práctico, por temas y R.A.	Ejercicios o pruebas específicas sobre la utilización de procedimientos adecuados y aplicaciones prácticas de los conceptos adquiridos.	Observación en clase, participación, trabajo en grupo, organización, interés, participación diaria en el módulo.

**III.- Criterios para la recuperación**

La recuperación versará sobre los RA no superados, tanto en primera instancia, después de la correspondiente evaluación, como en Junio.

La forma de recuperación de las unidades temáticas suspensas consistirá siempre en un ejercicio escrito teórico-práctico, según la materia a que se refiere.

La calificación de los exámenes de recuperación será de "aprobado/a" o "suspense/a".



Eval.	Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, temporalización y ponderación	Ponderación	Contenidos
2ª	1.- Determina las necesidades de materiales y plazos para la ejecución de programas de producción/distribución, siguiendo los planes definidos	20 %	Un. 1, 2, 6, 7, 8
1ª	2.- Elabora programas de aprovisionamiento, ajustándose a los objetivos, plazos y criterios de calidad de los procesos de producción/distribución	10 %	Un. 1-2
2ª	3.- Aplica métodos de gestión de stocks, realizando previsiones de requerimientos de mercancías y materiales en sistemas de producción/aprovisionamiento	20 %	Un. 6
1ª	4.- Realiza la selección, seguimiento y evaluación de los proveedores, aplicando los mecanismos de control, seguridad y calidad del proceso y del programa de aprovisionamiento	20 %	Un. 3. 4
1ª	5.- Determina las condiciones de negociación del aprovisionamiento, aplicando técnicas de comunicación y negociación con proveedores	20 %	Un. 4-5
1ª	6.- Elabora la documentación relativa al control, registro e intercambio de información con proveedores, siguiendo los procedimientos de calidad y utilizando aplicaciones informáticas	10 %	Un. 2-3
	El desarrollo de los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, se encuentran ampliamente desarrollados en la ORDEN de 28 de julio de 2015 (BOJA 16-09-2015)		

**RECURSOS DIDÁCTICOS**

- . Ordenador del profesorado, con conexión a internet y dispositivo de proyección.
- . Pantalla de proyección.
- . Ordenadores para el alumnado, con conexión a internet.
- . Libros y revistas especializadas.
- . Apuntes aportados por el profesor, de varias fuentes, para el seguimiento de la materia.



<b>TITULACION</b>	<b>Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales</b>	<b>NIVEL</b>	<b>2 SGV</b>
<b>FAMILIA PROFESIONAL</b>	<b>COMERCIO Y MARKETING</b>		
<b>MODULO PROFESIONAL</b>	<b>Marketing Digital</b>		

**RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL**

<b>U.D.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
00	Uso de la Moodle	2
01	Administración de los accesos y las conexiones a redes	20
02	Servicios y protocolos de Internet	20
03	Facturación electrónica y administración telemática	14
04	Relaciones entre los usuarios de la red	14
05	Construcción de páginas web	22
06	Diseño del plan de Marketing Digital	18
07	Definición de la política de comercio electrónico de una empresa	14
	Examen recuperación 1ª evaluación	1
	Examen recuperación 2ª evaluación	1
	<b>Total de horas desarrolladas en el módulo profesional</b>	<b>126</b>

**EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS**

En cuanto a la calificación, que forma parte del proceso de evaluación, se aplicarán las siguientes medidas con el objetivo de unificar los procedimientos.

- Respecto a la calificación de cada **resultado de aprendizaje** se considerará:
  - Cada resultado de aprendizaje se evaluará independientemente de los demás, obteniéndose una calificación numérica de 0 a 10.
  - Cada resultados de aprendizaje tiene una ponderación diferente para el cálculo de la calificación final.
  - Cada criterio de evaluación dentro del resultado de aprendizaje tendrá un peso en función de su relevancia.
  - Para que un resultado de aprendizaje se considere superado, el alumnado deberá tener una calificación mayor o igual que 5.
- En cuanto a la calificación de cada **criterio de evaluación** se tendrá en cuenta:
  - Cada criterio de evaluación se evaluará y calificará independientemente de los demás con un valor de 0 a 10, considerándose que el criterio ha sido logrado si la calificación es mayor o igual a 5.
  - Para calificar cada criterio de evaluación se usarán los distintos instrumentos de evaluación más oportunos según los contenidos que se evalúen. Estos instrumentos aparecen indicados en el apartado anterior
- Para la aplicación de los criterios de calificación es imprescindible cumplir con los siguientes requisitos:
  - No faltar al 25% o más de las horas totales del módulo. Ya que tal como se recoge en el Plan de Centro, supone la pérdida al derecho de evaluación continua.
- En el proceso de evaluación se aplicarán las siguientes medidas respecto a las evaluaciones



trimestrales:

- Todo resultado de aprendizaje cuya calificación sea inferior a 5 deberá ser recuperado, independientemente de la nota final de la evaluación.
- Si en una evaluación se califica más de un resultado de aprendizaje, será necesario tener una nota mínima de 5 en cada resultado para poder hacer media.
- Como en las evaluaciones debe aparecer un número entero, en el caso de superar la nota obtenida en el cálculo en sus decimales el 50, se redondearía al número superior en una unidad si la valoración en la hoja de registro es positiva.

5. La **calificación de cada evaluación** se obtendrá mediante la **media aritmética de cada resultado de aprendizaje** que forme parte de la evaluación.

La **calificación de la evaluación final** se obtendrá a partir de la calificación obtenida en cada resultado de aprendizaje, multiplicada por el porcentaje que tenga cada criterio de evaluación.

### III.- Criterios para la recuperación

Para aquellos alumnos/as que no hayan superado los conocimientos básicos (no hayan tenido una calificación mayor o igual a 5 en cada resultado de aprendizaje) se hará un **ejercicio de recuperación (teórico-práctico) y la entrega de los trabajos y actividades correspondientes**, en función de los criterios de evaluación que tengan que recuperar, después de completar todos los contenidos correspondientes a cada resultado de aprendizaje. También, antes del período vacacional de cada evaluación, se hará una **prueba de recuperación** si es posible. En caso contrario, se hará a la vuelta de vacaciones.

Aquellos alumnos que sean calificados con una nota inferior a cinco, en una o varias evaluaciones, en la tercera evaluación recibirán, bien por escrito, bien verbalmente, un **plan individualizado con las actividades a realizar y la(s) evaluación(es) a recuperar** en el mes de junio, mediante la realización de una **prueba objetiva**.

#### RECUPERACIÓN ORDINARIA

Para aquellos alumnos/as que no hayan superado los contenidos exigidos, y adquirido las competencias y objetivos de aprendizaje de referencia establecidos para este módulo, se planteará una Prueba Ordinaria con los resultados de aprendizaje que no se hayan superado.

Igualmente atendiendo a la Orden de evaluación de 29 de septiembre de 2010, se podrán establecer actividades a desarrollar por el alumnado durante el mes de junio, cuando éstos, a pesar de tener las tres evaluaciones superadas, pretendan subir nota, contemplando todos los resultados de aprendizaje del módulo.



Evaluación	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN, TEMPORALIZACIÓN Y PONDERACIÓN EN LA EVALUACIÓN.</b>	Ponderaciones	Contenidos
1	1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.	<b>5%</b>	<b>Ud. 1</b>
1	2. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.	<b>5%</b>	<b>Ud. 2</b>
1	3. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.	<b>10%</b>	<b>Ud. 3</b>
2	4. Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.	<b>20%</b>	<b>Ud. 4</b>
2	5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.	<b>20%</b>	<b>Ud. 5</b>
2	6. Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.	<b>20%</b>	<b>Ud. 6</b>
2	7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.	<b>20%</b>	<b>Ud. 7</b>
El desarrollo de los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, se encuentran ampliamente desarrollados en la <u>ORDEN de 28 de julio de 2015</u> (BOJA 16-09-2015)			

**RECURSOS DIDÁCTICOS**

Los espacios, materiales y recursos didácticos básicos que se necesitan para poder impartir las clases son:

- El aula.
- Pizarra.
- Ordenador del profesorado, con dispositivo de proyección.
- Pantalla para proyección.
- Altavoces.
- Ordenadores para el alumnado con conexión a Internet
- Plataforma Moodle Centros.
- Revistas y prensa especializada.
- Libro de texto "Marketing Digital". Ed. Paraninfo.
- Wix y Mailchimp



<b>TITULACION</b>	Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales	<b>NIVEL</b>	Grado Superior
<b>FAMILIA PROFESIONAL</b>	Comercio y Marketing		
<b>MODULO PROFESIONAL</b>	Horas de libre configuración		

<b>RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL</b>		
<b>U.D.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
Ud. 0	USO DE LA MOODLE	1
Ud. 1	ESTRUCTURA FÍSICA Y LÓGICA DE UN ORDENADOR. EL SISTEMA OPERATIVO "WINDOWS"	2
Ud. 2	REDES DE AREA LOCAL. INTERNET.	2
Ud. 3	PROCESADOR DE TEXTO "WORD".	10
Ud. 4	HOJA DE CÁLCULO "EXCEL"Y BASE DE DATOS "ACCESS"	18
Ud. 5	CONFECCIÓN DE MATERIALES GRÁFICOS.	10
Ud. 6	PROGRAMA DE FACTURACIÓN FACTUSOL Y PROGRAMA DE CONTABILIDAD CONTASOL	20
<b>Total de horas desarrolladas en el módulo profesional</b>		<b>63</b>

**EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS**

En cuanto a la calificación, que forma parte del proceso de evaluación, se aplicarán las siguientes medidas con el objetivo de unificar los procedimientos.

- Respecto a la calificación de cada **resultado de aprendizaje** se considerará:
  - Cada resultado de aprendizaje se evaluará independientemente de los demás, obteniéndose una calificación numérica de 0 a 10.
  - Cada resultados de aprendizaje tiene una ponderación de diferente para el cálculo de la calificación final.
  - Cada criterio de evaluación dentro del resultado de aprendizaje tendrá un peso en función de su relevancia.
  - Para que un resultado de aprendizaje se considere superado, el alumnado deberá tener una calificación mayor o igual que 5.
- En cuanto a la calificación de cada **criterio de evaluación** se tendrá en cuenta:
  - Cada criterio de evaluación se evaluará y calificará independientemente de los demás con un valor de 0 a 10, considerándose que el criterio ha sido logrado si la calificación es mayor o igual a 5.
  - Para calificar cada criterio de evaluación se usarán los distintos instrumentos de evaluación más oportunos según los contenidos que se evalúen. Estos instrumentos aparecen indicados en el apartado anterior
- Para la aplicación de los criterios de calificación es imprescindible cumplir con los siguientes requisitos:
  - No faltar al 25% o más de las horas totales del módulo. Ya que tal como se recoge en el Plan de Centro, supone la pérdida al derecho de evaluación continua.
- En el proceso de evaluación se aplicarán las siguientes medidas respecto a las evaluaciones trimestrales:



- Todo resultado de aprendizaje cuya calificación sea inferior a 5 deberá ser recuperado, independientemente de la nota final de la evaluación.
  - Si en una evaluación se califica más de un resultado de aprendizaje, será necesario tener una nota mínima de 5 en cada resultado para poder hacer media.
  - Como en las evaluaciones debe aparecer un número entero, en el caso de superar la nota obtenida en el cálculo en sus decimales el 50, se redondearía al número superior en una unidad si la valoración en la hoja de registro es positiva.
5. La **calificación de cada evaluación** se obtendrá mediante la **media aritmética de cada resultado de aprendizaje** que forme parte de la evaluación.

La **calificación de la evaluación final** se obtendrá a partir de la calificación obtenida en cada resultado de aprendizaje, multiplicada por el porcentaje que tenga cada criterio de evaluación.

### III.- Criterios para la recuperación

Para aquellos alumnos/as que no hayan superado los conocimientos básicos (no hayan tenido una calificación mayor o igual a 5 en cada resultado de aprendizaje) se hará un **ejercicio de recuperación (teórico-práctico) y la entrega de los trabajos y actividades correspondientes**, en función de los criterios de evaluación que tengan que recuperar, después de completar todos los contenidos correspondientes a cada resultado de aprendizaje. También, antes del período vacacional de cada evaluación, se hará una **prueba de recuperación** si es posible. En caso contrario, se hará a la vuelta de vacaciones.

Aquellos alumnos que sean calificados con una nota inferior a cinco, en una o varias evaluaciones, en la tercera evaluación recibirán, bien por escrito, bien verbalmente, un **plan individualizado con las actividades a realizar y la(s) evaluación(es) a recuperar** en el mes de junio, mediante la realización de una **prueba objetiva**.

#### RECUPERACIÓN ORDINARIA

Para aquellos alumnos/as que no hayan superado los contenidos exigidos, y adquirido las competencias y objetivos de aprendizaje de referencia establecidos para este módulo, se planteará una Prueba Ordinaria con los resultados de aprendizaje que no se hayan superado.

Igualmente atendiendo a la Orden de evaluación de 29 de septiembre de 2010, se podrán establecer actividades a desarrollar por el alumnado durante el mes de junio, cuando éstos, a pesar de tener las tres evaluaciones superadas, pretendan subir nota, contemplando todos los resultados de aprendizaje del módulo.

#### RECURSOS DIDÁCTICOS

Ordenadores, programas informáticos e internet  
Proyector y presentaciones.



<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	
1. Manejo a nivel de usuario sistemas informáticos empleados habitualmente en el comercio, utilizando el hardware y el software más común.	10%
2. Utiliza la red Internet y los servicios que la componen, manejando programas de navegación, correo electrónico y transferencia de archivos, entre otros.	15%
3. Realiza tareas de manipulación de textos y de presentación de textos, imágenes y gráficos en forma continua, empleando programas para la automatización de los trabajos y actividades específicas del comercio.	15%
4. Realiza cálculos matemáticos con hoja de cálculo y tratamiento de datos con gestores de bases de datos, utilizando programas para la automatización de las actividades comerciales.	15%
5. Confecciona materiales informativos y publicitarios, utilizando técnicas de diseño gráfico.	15%
6. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, de forma telemática, utilizando en cada caso el software específico.	15%
7. Utilización y manejo del Programa Factusol y Contasol	15%





<b>TITULACION</b>	<b>Técnico en Actividades Comerciales</b>	<b>NIVEL</b>	<b>2º Grado Superior Gestión de Ventas y Espacios Comerciales</b>
<b>FAMILIA PROFESIONAL</b>	<b>COMERCIO Y MARKETING</b>		
<b>MODULO PROFESIONAL</b>	<b>Escaparatismo y Diseño de Espacios Comerciales</b>		

**RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL**

<b>U.D.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
1	DISTRIBUCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE UN ESPACIO COMERCIAL	14
2	IMPLANTACIÓN: ELEMENTOS INTERIORES Y EXTERIORES	15
3	ESCAPARATISMO: EL PROYECTO DE IMPLANTACIÓN	14
4	COMPOSICIÓN Y MONTAJE DE ESCAPARATES	12
5	DISEÑO DEL ESCAPARATE	12
6	MONTAJE DEL ESCAPARATE COMERCIAL	16
	Total horas	84

**EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS**

En cuanto a la calificación, que forma parte del proceso de evaluación, se aplicarán las siguientes medidas con el objetivo de unificar los procedimientos.

- Respecto a la calificación de cada **resultado de aprendizaje** se considerará:
  - Cada resultado de aprendizaje se evaluará independientemente de los demás, obteniéndose una calificación numérica de 0 a 10.
  - Todos los resultados de aprendizaje tienen la misma ponderación para el cálculo de la calificación final. (**16,67%**)
  - Cada criterio de evaluación dentro del resultado de aprendizaje tendrá un peso en función de su relevancia.
  - Para que un resultado de aprendizaje se considere superado, el alumnado deberá tener una calificación mayor o igual que 5.
- En cuanto a la calificación de cada **criterio de evaluación** se tendrá en cuenta:
  - Cada criterio de evaluación se evaluará y calificará independientemente de los demás con un valor de 0 a 10, considerándose que el criterio ha sido logrado si la calificación es mayor o igual a 5.
  - Para calificar cada criterio de evaluación se usarán los distintos instrumentos de evaluación más oportunos según los contenidos que se evalúen. Estos instrumentos aparecen indicados en el apartado anterior



3. Para la aplicación de los criterios de calificación es imprescindible cumplir con los siguientes requisitos:
  - No faltar al 25% o más de las horas totales del módulo. Ya que tal como se recoge en el Plan de Centro, supone la pérdida al derecho de evaluación continua.
4. En el proceso de evaluación se aplicarán las siguientes medidas respecto a las evaluaciones trimestrales:
  - Todo resultado de aprendizaje cuya calificación sea inferior a 5 deberá ser recuperado, independientemente de la nota final de la evaluación.
  - Si en una evaluación se califica más de un resultado de aprendizaje, será necesario tener una nota mínima de 5 en cada resultado para poder hacer media.
  - Como en las evaluaciones debe aparecer un número entero, en el caso de superar la nota obtenida en el cálculo en sus decimales el 50, se redondearía al número superior en una unidad si la valoración en la hoja de registro es positiva.
5. La **calificación de cada evaluación** se obtendrá mediante la **media aritmética de cada resultado de aprendizaje** que forme parte de la evaluación.
6. La **calificación de la evaluación final** se obtendrá a partir de la calificación obtenida en cada resultado de aprendizaje, multiplicada por el **16,67%**, ya que tienen la misma ponderación.

### III.- Criterios de recuperación.

Para aquellos alumnos/as que no hayan superado los conocimientos básicos (no hayan tenido una calificación mayor o igual a 5 en cada resultado de aprendizaje) se hará un **ejercicio de recuperación (teórico-práctico) y la entrega de los trabajos y actividades correspondientes**, en función de los criterios de evaluación que tengan que recuperar, después de completar todos los contenidos correspondientes a cada resultado de aprendizaje. También, antes del período vacacional de cada evaluación, se hará una **prueba de recuperación** si es posible. En caso contrario, se hará a la vuelta de vacaciones.

Aquellos alumnos que sean calificados con una nota inferior a cinco, en una o varias evaluaciones, en la tercera evaluación recibirán, bien por escrito, bien verbalmente, un **plan individualizado con las actividades a realizar** y la(s) evaluación(es) a recuperar en el mes de junio, mediante la realización de una **prueba objetiva**.

### RECUPERACIÓN ORDINARIA

Para aquellos alumnos/as que no hayan superado los contenidos exigidos, y adquirido las competencias y objetivos de aprendizaje de referencia establecidos para este módulo, se planteará una **Prueba Ordinaria** con los resultados de aprendizaje que no se hayan superado.

Igualmente atendiendo a la Orden de evaluación de 29 de septiembre de 2010, se podrán establecer actividades a desarrollar por el alumnado durante el mes de junio, cuando éstos, a pesar de tener las



tres evaluaciones superadas, pretendan subir nota, contemplando todos los resultados de aprendizaje del módulo.

Evaluación	RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN, TEMPORALIZACIÓN Y PONDERACIÓN EN LA EVALUACIÓN.	Ponderaciones	Contenidos
1	RA1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman	16,67%	UD 1
1	RA2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada	16,67%	UD 2
1	RA3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales	16,67%	UD 3
2	RA4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.	16,67%	UD5 4
2	RA5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos	16,67%	UD6 5
2	RA6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos	16,67%	UD 6

El desarrollo de los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, se encuentran ampliamente desarrollados en la ORDEN de 28 de julio de 2015 (BOJA 16-09-2015)

### RECURSOS DIDÁCTICOS

Los espacios, materiales y recursos didácticos básicos que se necesitan para poder impartir las clases, son:

- Libro de texto “Escaparatismo y Dideño de Espacios Comerciales”, Ed. Paraninfo.
- Ordenador del profesorado, con dispositivo de proyección.
- Pantalla para proyección.
- Ordenadores para el alumnado.
- Revistas y prensa especializada.
- Pizarra
- Moodle Centros
- Material escolar: folios, bolígrafos, cuadernos, etc
- Aplicaciones informáticas: Youtube, Twitter, Quizziz, Kahoot, Canva, Blogger, Plickers, Mentimeter, etc.



<b>TITULACION</b>	Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales	<b>NIVEL</b>	<b>2º SGV</b>
<b>FAMILIA PROFESIONAL</b>	Comercio y Marketing		
<b>MODULO PROFESIONAL</b>	Gestión de productos y promociones en el punto de venta		

**RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL**

U.D.	Descripción	Tiempo
00	Introducción a Moodle Centros. Modelo telemático	1
01	Identificación del producto	9
02	El surtido en el punto de venta	10
03	Organización del lineal	10
04	La gestión del surtido	10
05	Medios de comunicación comercial	10
06	Promociones en el punto de venta	10
07	Control de las acciones promocionales	10
08	El personal y las promociones comerciales	14
Total de horas desarrolladas en el módulo profesional		84

**EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS**

La evaluación será continua. Se inicia con la evaluación inicial, se continúa a lo largo de todo el proceso y, se concluye con la evaluación final y recuperación.

**I.- Los instrumentos de evaluación**

- Registro de observación del trabajo diario del alumno/a (cómo se desenvuelve en el aula y participación en clase).
- Resultados de trabajos y de otras actividades de ejecución grupal o individual.
- Pruebas teórico-prácticas
- Revisión de cuadernos.

**II.- Criterios de calificación**

Para calificar cada criterio de evaluación de los distintos resultados de aprendizaje y se aplicarán lo siguientes porcentajes de valoración:

<b>Contenidos conceptuales 70%</b>	<b>Contenidos procedimentales 20%</b>	<b>Contenidos actitudinales 10%</b>
Pruebas escritas u orales de contenido teórico- práctico por temas y resultados de aprendizaje	Ejercicios o pruebas específicas sobre la utilización de procedimientos adecuados y aplicaciones prácticas de los conceptos adquiridos	Observación en clase, participación, trabajo en equipo, organización, interés, participación diaria activa en el módulo

La nota final de la evaluación, será el resultado de realizar la media ponderada del peso de los resultados de aprendizaje impartidos. A su vez la nota de cada R.A. se ha obtenido ponderando cada uno de sus criterios de evaluación.

Para que el alumno apruebe la evaluación, tendrá que haber superado las pruebas de conceptos y prácticas del aula. La nota final será el resultado de aplicar los tantos por cientos correspondientes a las pruebas teórico-prácticas y revisión de dossier y actitud redondeando el resultado al alza a partir del decimal 5.

**III.- Criterios para la recuperación**

Se recuperará de la misma manera que se evaluó a no ser que se detecte que el sistema de evaluación adoptado no es válido, si así se hiciera se recurriría a otros procesos de evaluación. Por ejemplo si se detecta que los exámenes escritos en un determinado tema producen siempre evaluaciones negativas a un alumno y se han buscado posibles soluciones y éstas no funcionan se recurriría a exámenes orales. Los procesos de recuperación conllevan una mayor dedicación a los alumnos afectados y se realizarán después de cada evaluación parcial, con el objeto de no acumular demasiada materia.

En las actividades prácticas propuestas no tiene mucho sentido la recuperación puesto que las prácticas se realizan de una manera secuencial, de forma que no se hace un ejercicio hasta no haber superado el anterior. De todas formas si algún alumno no consigue alcanzar el ritmo marcado en el tiempo previsto, podrá realizarlas en el periodo de recuperación de junio.

Los alumnos/as solo deberán de recuperar los resultados de aprendizaje no superados. A excepción de la aplicación de la evaluación continua.

El alumnado de segundo curso de oferta completa que tenga módulos profesionales no superados mediante evaluación parcial, o desee mejorar los resultados obtenidos, no podrá cursar el módulo profesional de formación en centros de trabajo y, tendrá obligación de asistir a clases y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clases de cada año.

Para poder optar a la recuperación de una materia en un sistema de evaluación continua, el alumno debe de haber entregado al menos los 80% de los trabajos y actividades exigidos por cada unidad didáctica. En caso contrario no podrá optar a la recuperación hasta la Convocatoria final de Junio

Evaluación		RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN, TEMPORALIZACIÓN Y PONDERACIÓN EN LA EVALUACIÓN.	Ponderaciones	Contenidos
1		1.- Determina la dimensión del surtido de productos, definiendo el posicionamiento estratégico para conseguir la gestión óptima del establecimiento.	20%	UD.01 Y 02
1		2. Determina el procedimiento de implantación del surtido de productos en los lineales según criterios comerciales, optimizando las operaciones de mantenimiento y reposición.	20%	UD.03
1		3. Calcula la rentabilidad de la implantación del surtido, analizando y corrigiendo las posibles desviaciones sobre los objetivos propuestos.	20%	UD.04
1	2	4. Diseña acciones promocionales en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising adecuadas.	20%	UD.05 Y 06
	2	5. Determina los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta, definiendo el perfil del candidato y las acciones formativas según el presupuesto disponible.	10%	UD.08
	2	6. Controla la eficiencia de las acciones promocionales, adoptando medidas que optimicen la gestión de la actividad.	10%	UD.07
El desarrollo de los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, se encuentran ampliamente desarrollados en la ORDEN de 28 de julio de 2015 (BOJA 16-09-2015)				



**RECURSOS DIDÁCTICOS**

- Aula
- Proyector y pantalla de proyección.
- Altavoces
- Ordenador del profesor.
- Un ordenador para cada alumno/a
- Apuntes y documentación facilitadas por el profesor.
- Pizarra.
- Revistas y publicaciones relacionadas con el módulo (Revista Emprendedores y diarios de tirada nacional.
- Apuntes del profesor.
- Vídeos
- Plataforma Moodle Centros
- Libro de texto: *“Gestión de Productos y Promociones en el Punto de Venta”* .Editorial: Paraninfo



<b>TITULACION</b>	TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES	<b>NIVEL</b>	2SGV
<b>FAMILIA PROFESIONAL</b>	COMERCIO Y MARKETING		
<b>MODULO PROFESIONAL</b>	ORGANIZACIÓN DE EQUIPOS DE VENTA		

## Temporalización

								<i>Primera evaluación</i>	<b>53</b>
	<i>Título</i>	Resultados de aprendizaje							Horas
		1	2	3	4	5	6	7	
0	Introducción a Moodle Centros. Modelo telemático	X							1
1	Determinación de la estructura organizativa y del tamaño del equipo de ventas	X							18
2	Determinación de las características del equipo comercial		X						12
3	Asignación de objetivos a los miembros del equipo comercial.			X					10
4	Definición de planes de formación				X				6
5	Definición de planes de formación perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales.				X				6

								<i>Segunda evaluación</i>	<b>31</b>
Unidad	<i>Título</i>	Resultados de aprendizaje							Horas
		1	2	3	4	5	6	7	
6	Diseño de un sistema de motivación y retribución del equipo comercial					X			8
7	Propuestas de acciones para la gestión de situaciones conflictivas en un equipo comercial						X		8
8	Diseño sistema evaluación y control de resultados de ventas y actuación del equipo comercial.							X	15



## Evaluaciones y criterios de calificación.

**Evaluaciones parciales.** En diciembre y marzo. En el desarrollo de las mismas, las calificaciones de cada uno de los módulos profesionales serán decididas por el profesorado responsable de impartirlos. El resto de las decisiones resultantes del proceso de evaluación serán adoptadas por acuerdo del equipo docente.

**¿Cómo recuperar?** En el modelo de evaluación continua la recuperación de aprendizajes no alcanzados se realizará en las pruebas y actividades sucesivas que se irán realizando. No se elimina materia, en el sentido de que cuestiones o problemas de temas anteriores se seguirán preguntando.

**“Los aprendizajes conseguidos no se pueden olvidar”**

**Evaluación final.** Se tendrá en cuenta la progresión de las evaluaciones parciales, mejorando la nota en el caso de una evolución positiva o ascendente. No tiene por qué coincidir con la media aritmética de las evaluaciones parciales, no pudiendo ser inferior a ésta. Se realizará en el mes de junio, concluida la formación en centros de trabajo y el proyecto integrado.

Para el alumnado que no haya superado las parciales se diseñará una prueba que recoja todos los contenidos y actividades del módulo y en la que habrá de obtener, para aprobar el módulo, un 5 en una escala de 1 a 10 puntos.

### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

*Todos los instrumentos de evaluación se calificarán en una escala de 1 a 10*

*En las evaluaciones parciales cada RA se evaluará sobre 10*

*Si un criterio no se evalúa su peso se distribuirá entre los demás*

*La nota cada evaluación parcial se formará como media aritmética de los RA impartidos*

*Para poder hacer media la nota de cada RA deberá ser mayor de 4*

*Las fracciones decimales se redondearán por exceso a partir de 0,6*

*Las recuperaciones de lo RA no superados se realizarán en el trimestre siguiente*

*La nota final se calculará teniendo en cuenta todos los RA y sus correspondientes ponderaciones*

## Instrumentos de Evaluación

Técnicas	Instrumentos	Descripción
Observación	Lista de control	Registra la ausencia o presencia de un determinado rasgo, conductas o secuencia de acciones. Se caracteriza por aceptar solamente dos características: si o no, lo logra o no lo logra, presente o ausente, etc.
	Escala de	Listado de rasgos en los que se gradúa el nivel de consecución del aspecto





Técnicas	Instrumentos	Descripción
	estimación	observado a través de una serie de valoraciones progresivas.
	Escala de Categorías	Identifica la frecuencia (Ejemplo: Siempre, A veces, Nunca) o caracterización (Ejemplo: Iniciado, En proceso, Consolidado) de la conducta a observar.
	Escala Numérica	Determina el logro y la intensidad del hecho evaluado. Se puede utilizar la gradación de 1 a 4, de 1 a 5, de 1 a 6, o la más tradicional de 1 a 10.
	Escala Descriptiva	Incorpora frases descriptivas. Ejemplo: "Trabaja y trae el material pero no toma iniciativas", o bien, "Sugiere ideas y trabaja adecuadamente", o bien, "Hace lo menos posible en la actividad"
	Registro anecdótico	Ficha en la que se recogen comportamientos no previsibles de antemano y que pueden aportar información significativa para valorar carencias o actitudes positivas.
Pruebas	Escala de estimación de respuestas orales	Evalúan las competencias del alumnado relacionadas con la expresión oral, la comunicación verbal, vocabulario, fluidez, pronunciación, organización del pensamiento, etc.
	Cuestionarios de respuesta escrita	Pruebas planificadas y organizadas en atención a competencias u objetivos con preguntas que deben ser respondidas exclusivamente por escrito.
	Ensayo	Permite que el alumnado construya sus propias respuestas y le exige diversas capacidades y habilidades de reflexión.
	Objetivas	Formadas por una serie de opciones entre las que el alumnado selecciona una respuesta correcta y precisa. Se clasifican en: Opción múltiple, verdadero o falso, correspondencia, texto incompleto, etc.
	Valoración de prácticas	Evalúan situaciones como prácticas de laboratorio, talleres, ejercicios físicos, prácticas de campo, etc.
Revisión de tareas	Cuaderno de clase	Análisis sistemático y continuado de las tareas diarias realizadas en clase. Se pueden usar escalas de observación para el registro del seguimiento efectuado.
	Informes y monografías	Presentación escrita de tareas específicas encargadas. Pueden incluir pequeñas investigaciones.
	Portafolio	Colección planificada de trabajos de cada alumno o alumna que representa su esfuerzo, progreso y desarrollo en un área específica.
Entrevistas	Guión de entrevista	Comunicación verbal planificada, utilizando guiones más o menos estructurados, que aporta datos útiles para conocer una determinada conducta. Son muy utilizadas en la resolución de situaciones problemáticas.

## Ponderación de Resultados de Aprendizaje y Criterios.

Resultados de aprendizajes y criterios de evaluación	Ponderaciones
1. determina la estructura organizativa y el tamaño del equipo comercial, ajustándose a la estrategia, objetivos y presupuesto establecidos en el plan de ventas.	<b>20%</b>



## SINTESIS DE PROGRAMACIÓN FP y FPB

Curso 2022/2023

a) Se han analizado los distintos tipos de organización de un equipo comercial, en función del tipo de empresa, mercados, clientes y productos que comercializa.	10%
b) Se ha definido la estructura organizativa de la fuerza de ventas, determinando los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo del plan de ventas.	10%
c) Se ha calculado el tiempo medio de duración de la visita y el número y frecuencia de las visitas necesarias para atender a los clientes.	10%
d) Se ha determinado el número de visitas que hay que realizar por cada vendedor o vendedora a los clientes en función de la jornada laboral.	10%
e) Se ha calculado el tamaño del equipo de ventas en función de las zonas geográficas de implantación, tipo de venta, número de clientes o puntos de venta, productos o servicios comercializables y presupuesto disponible.	40%
f) Se han delimitado las zonas de ventas y se han asignado a los vendedores según el potencial de venta, la carga de trabajo y los objetivos y costes de la empresa.	10%
g) Se han planificado las visitas a clientes, diseñando las rutas de venta que permiten optimizar el tiempo del vendedor o vendedora y reducir los costes.	10%

### Resultados de aprendizajes y criterios de evaluación

Ponderaciones

#### 2. determina las características del equipo comercial, describiendo los puestos de trabajo y el perfil de los vendedores o comerciales.

20%

a) Se han determinado las funciones y responsabilidades de los vendedores de un equipo de ventas.	5%
b) Se han caracterizado los distintos tipos de vendedores en función del tipo de venta, el tipo de producto y las características de la empresa.	5%
c) Se han definido las competencias y características de los comerciales para la ejecución de un plan de ventas.	10%
d) Se ha descrito el puesto de trabajo en un equipo comercial, definiendo las tareas, funciones y responsabilidades que tienen que desarrollar.	20%
e) Se ha descrito el perfil del candidato idóneo, definiendo las características y requisitos que debe reunir el vendedor o vendedora para ocupar el puesto descrito.	20%
f) Se han determinado las acciones necesarias para el reclutamiento de candidatos a un puesto de trabajo en el equipo de ventas.	20%
g) Se han establecido los criterios de selección, el procedimiento y los instrumentos que hay que utilizar para seleccionar al personal de ventas.	20%

### Resultados de aprendizajes y criterios de evaluación

Ponderaciones

#### 3. Planifica la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial, aplicando técnicas de organización y gestión comercial.

20%

a) Se han determinado los principales objetivos, señalando los objetivos cuantitativos y cualitativos.	20%
b) Se han aplicado técnicas de comunicación, presentación y reuniones de equipo para explicar el plan de ventas y los objetivos generales y específicos a los miembros de la fuerza de ventas.	10%
d) Se han aplicado métodos para el reparto de los objetivos colectivos e individuales y las cuotas de venta entre los miembros del equipo comercial, fomentando la idea de responsabilidad compartida y la transparencia en la gestión e información.	10%



## SINTESIS DE PROGRAMACIÓN FP y FPB

Curso 2022/2023

e) Se han analizado los factores fundamentales para el éxito en la planificación de objetivos comerciales.	20%
f) Se han identificado las actividades de prospección, difusión y promoción que tiene que realizar el equipo de ventas para alcanzar unos objetivos de venta determinados.	10%
g) Se han elaborado planes de prospección de clientes utilizando diferentes métodos.	20%
h) Se han elaborado y actualizado ficheros de clientes con los datos más relevantes de cada cliente.	10%
<b>Resultados de aprendizajes y criterios de evaluación</b>	<b>Ponderaciones</b>
<b>4. define planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales, cumpliendo los objetivos y requerimientos establecidos.</b>	<b>10%</b>
a) Se han identificado las necesidades de formación, individuales y grupales, de un equipo de comerciales.	20%
b) Se han establecido los objetivos del plan de formación de los vendedores, en función de los objetivos de ventas y las necesidades detectadas.	20%
c) Se ha determinado la estructura y contenidos de un plan formativo inicial para el departamento comercial, en función de los objetivos establecidos, los requerimientos del trabajo que hay que realizar y el presupuesto disponible.	10%
d) Se han establecido las actividades formativas para un plan de formación continuo del equipo de comerciales en función del presupuesto establecido, adecuándolas a los objetivos previstos y las necesidades de la empresa.	20%
e) Se ha programado la formación de los vendedores, tanto teórica como de campo, aplicando técnicas de organización del trabajo y programación de tareas.	10%
f) Se han evaluado las ventajas y los inconvenientes de un plan de formación en relación con otro plan alternativo.	10%
g) Se ha valorado la eficacia de un plan de formación del equipo de ventas, en función de los objetivos cumplidos y los resultados obtenidos.	10%
<b>Resultados de aprendizajes y criterios de evaluación</b>	<b>Ponderaciones</b>
<b>5. diseña un sistema de motivación y remuneración de los vendedores, teniendo en cuenta los objetivos de ventas, el presupuesto, los valores y la identidad corporativa de la empresa.</b>	<b>10%</b>
a) Se han identificado los distintos estilos de mando y liderazgo aplicables a equipos comerciales y se han aplicado técnicas de dinámica y dirección de grupos para el trabajo en equipo.	12,50%
b) Se ha realizado un análisis comparativo entre el perfil de los miembros del equipo de trabajo y sus roles en la dinamización y motivación del grupo.	12,50%
c) Se han identificado las competencias emocionales, intrapersonales e interpersonales que debe tener el jefe o responsable de un equipo de vendedores.	12,50%
d) Se han determinado los principales aspectos y elementos de motivación y satisfacción en el trabajo de un equipo comercial.	12,50%
e) Se han definido los planes de carrera profesional, de mejora, de ascensos a puestos de responsabilidad y de reconocimiento de la valía de los miembros del equipo, fomentando el ascenso y promoción dentro de la empresa.	12,50%
f) Se han establecido incentivos económicos para el equipo comercial en función de parámetros de rendimiento y productividad prefijados, conocidos y evaluables.	12,50%
g) Se han analizado las condiciones de retribución y la jornada laboral efectiva de los equipos	12,50%



comerciales según distintas situaciones laborales.

h) Se ha determinado el sistema de remuneración del equipo comercial más adecuado, según criterio de coste o presupuesto necesario.

12,50%

**Resultados de aprendizajes y criterios de evaluación**

**Ponderaciones**

**6. Propone acciones para la gestión de situaciones conflictivas en el equipo de comerciales, aplicando técnicas de negociación y resolución de conflictos.**

**10%**

a) Se han analizado las distintas situaciones de tensión y conflicto que habitualmente se producen en un equipo de trabajo.

20%

b) Se han establecido estrategias de actuación ante las situaciones emocionales intensas y de crisis que se pueden encontrar en el entorno de trabajo de los equipos comerciales.

20%

c) Se han definido las estrategias para mejorar la integración y cohesión grupal, describiendo los roles de los integrantes del equipo de ventas

20%

d) Se han analizado las técnicas de prevención y detección de conflictos, estilos de negociación y funcionamiento del grupo de un equipo de comerciales.

20%

e) Se han identificado los distintos estilos de resolución de conflictos y el rol del jefe del equipo de comerciales.

10%

f) Se han aplicado técnicas de comunicación asertivas, identificando los factores de comunicación verbal y no verbal en un equipo comercial.

10%

**Resultados de aprendizajes y criterios de evaluación**

**Ponderaciones**

**7. diseña el sistema de evaluación y control de los resultados de ventas y la actuación del equipo comercial, proponiendo en su caso, las medidas correctoras oportunas.**

**10%**

a) Se han identificado las variables y los parámetros necesarios para el control en el desarrollo del plan de ventas.

20%

b) Se han aplicado los métodos y ratios para medir la ejecución y calidad del plan y el desempeño del equipo de vendedores.

20%

c) Se ha elaborado una ficha de cliente con el repo o parte diario de las actividades realizadas por el comercial.

20%

d) Se han calculado indicadores y ratios de rentabilidad por producto, cliente y comercial. e) Se ha analizado la evolución y tendencia de las ventas por producto, cliente y comercial.

20%

f) Se ha evaluado la actuación de los miembros del equipo de trabajo, calculando y analizando las desviaciones respecto a los objetivos previstos.

20%



## SINTESIS DE PROGRAMACIÓN FP y FPB

Curso 2022/2023

<b>TITULACION</b>	Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales	<b>NIVEL</b>	<b>2º SGV</b>
<b>FAMILIA PROFESIONAL</b>	Comercio y Marketing		
<b>MODULO PROFESIONAL</b>	Proyecto de Gestión de ventas y espacios comerciales.		

<b>RELACIÓN DE CONTENIDOS</b>	
<b>Descripción</b>	
<b>1. Introducción</b>	
<b>2. La idea de negocio, el empresario y el entorno</b>	
2.1 La idea de negocio	
2.2 El empresario	
2.3 Análisis del entorno y del sector	
2.4 Análisis DAFO	
<b>3. Presentación de la empresa.</b>	
3.1 Nombre de la empresa.	
3.2 Localización de la empresa	
3.3 El objeto social de la empresa	
<b>4. Forma Jurídica de la empresa</b>	
4.1 Definición de la forma jurídica de la empresa	
4.2 Trámites para crear una empresa	
<b>5. Plan de Marketing</b>	
5.1 El mercado: los clientes y la competencia.	
5.1.1 Identificación de la competencia	
5.1.2 Identificación de los clientes	
5.2 Política del producto o servicio.	
5.3 Política de precios.	
5.4 Política de la distribución.	
5.5 Política de Comunicación	
<b>6. Plan de Recursos Humanos</b>	
6.1 Estructura organizativa de la empresa. Organigrama	
6.2 Socios.	
6.3 Trabajadores por cuenta ajena	
<b>7. Plan económico Financiero</b>	
7.1 Viabilidad económica-financiera de la empresa	
7.2 Plan de Inversión	
7.3 Plan de Financiación	
7.4 Plan de Ventas	
7.5 Previsión de Costes	
7.6 Previsión de tesorería.	
7.7 Balance de la empresa y cuenta de resultados	
7.8 Plan de contingencias	
<b>Total de horas desarrolladas en el módulo profesional: 60 horas (21 horas presencias y el resto no presenciales)</b>	



**EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS**

La nota final de esta evaluación depende de la consecución de los resultados de aprendizaje, valorándose estos resultados de la siguiente forma:

- evaluaremos tanto el contenido como la exposición de los trabajos. En los contenidos habrá que seguir la guía que se les ha proporcionado a cada alumno a comienzo de este módulo.

CONTENIDO		EXPOSICIÓN	
Se tendrá en cuenta el formato y el contenido	<b>60%</b>	Forma de exponer y recursos empleados	<b>40%</b>

Para los contenidos seguiremos los siguientes criterios:

Índice del proyecto	Calificación sobre 60 puntos	
	Cada apartado	Puntuación máxima
<b>1. INTRODUCCION</b>	1	<b>Máx. 10 puntos</b>
<b>2. LA IDEA DE NEGOCIO, EL EMPRESARIO Y EL ENTORNO.</b>		
2.1. LA IDEA DE NEGOCIO	1	
2.2. EL EMPRESARIO	1	
2.3. EL ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR	1	
2.4. ANÁLISIS DAFO.	1	
<b>3. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.</b>		
3.1. NOMBRE DE LA EMPRESA	1	
3.2. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	1	
3.3. EL OBJETO SOCIAL DE LA EMPRESA	1	
<b>4. FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA.</b>		<b>Máx. 20 puntos</b>
4.1. DEFINICIÓN DE LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA	1	
4.2. TRÁMITES PARA CREAR UNA EMPRESA	1	
<b>5. EL PLAN DE MARKETING.</b>		<b>Máx. 20 puntos</b>
5.1. EL MERCADO: LOS CLIENTES Y LA COMPETENCIA.		
5.1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA.	2	
5.1.2. IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES (target)	2	
5.2. POLÍTICA DE PRODUCTO O SERVICIO.	3	
5.3. POLÍTICA DE PRECIO.	3	
5.4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.	3	
5.5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.	3	
<b>6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.</b>		<b>Máx. 20 puntos</b>
6.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA. ORGANIGRAMA.	2	
6.2. SOCIOS.	1	
6.3. TRABAJADORES POR CUENTA AJENA	1	
<b>7. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.</b>		<b>Máx. 20 puntos</b>
7.1. VIABILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA DE LA EMPRESA.	5	
7.2. PLAN DE INVERSIÓN.	3	
7.3. PLAN DE FINANCIACIÓN.	3	
7.4. PLAN DE VENTAS	4	
7.5. PREVISIÓN DE COSTES.	2	
7.6. PREVISIÓN DE TESORERÍA.	1	
7.7. BALANCE DE LA EMPRESA Y CUENTA DE RESULTADOS.	1	
7.8. PLAN DE CONTINGENCIAS.	1	



En cuanto a la valoración de la exposición se hará en base a los siguientes criterios:

		puntos max.	
Exposición	40 puntos	De forma organizada, con claridad, soltura y sin leer	40
		De forma organizada, con claridad, muy guiado y leyendo	30
		Sin organizar pero con soltura y claridad	20
		Sin organizar, perdiéndose con frecuencia, y siempre pendiente del guión	10

Los proyectos serán revisados en las fechas siguientes: 17 de abril (primera revisión), 2 Mayo (segunda revisión) y 29 de Mayo (tercera revisión).

Realizadas todas las rectificaciones observadas y comunicadas a cada grupo de trabajo el proyecto será entregado en formato digital para su revisión final el día 31 de mayo de 2023, por la Moodle.

La exposición final se realizará los días 5 y 12 de junio, conforme al calendario que se establecerá una vez conformados los grupos y que se publicará en el correspondiente curso abierto en la Moodle para el módulo de proyecto de gestión de ventas y espacios comerciales.

La nota final de la evaluación, será el resultado de realizar la media ponderada del peso de los resultados de aprendizaje impartidos. A su vez la nota de cada R.A. se ha obtenido teniendo en cuenta la ponderación de cada uno de sus criterios de evaluación, que figura el punto tres de esta programación.

Para que el alumno apruebe la evaluación, tendrá que haber superado las pruebas de contenido y exposición. La nota final será el resultado de aplicar los tantos por cientos correspondientes al contenido y exposición del proyecto, redondeando el resultado al alza a partir del decimal 5.

#### **Criterios para la recuperación**

Los alumnos que no aprueben tendrán que repetir el proyecto bien en su totalidad o las rectificaciones que se le hayan requerido en la revisión final.

A continuación, se relacionan los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación correspondientes a este módulo de **PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES**.

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación 25%	Ponderación
1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.	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.	25%



Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación 25%	Ponderación
2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.	<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>	<b>25%</b>

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación 25%	Ponderación
3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.</li> <li>b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.</li> <li>c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.</li> <li>d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.</li> <li>e) Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.</li> <li>f) Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.</li> <li>g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.</li> <li>h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.</li> </ul>	<b>25%</b>

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Ponderación
4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.</li> <li>b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.</li> <li>f) Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de los usuarios o clientes y se han elaborado los documentos específicos.</li> <li>g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto cuando este existe.</li> </ul>	<b>25%</b>





**RECURSOS DIDÁCTICOS**

- Aula
- Proyector y pantalla de proyección.
- Altavoces
- Ordenador del profesor.
- Un ordenador para cada alumno/a
- Apuntes y documentación facilitadas por el profesor.
- Pizarra.
- Guía propia cuyo índice responde a los contenidos exigidos y para la cual nos ha servido de base la publicada por la Confederación de empresarios de Andalucía, CEA.
- Apuntes del profesor.
- Vídeos
- Plataforma Moodle Centros



<b>TITULACION</b>	Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales	<b>NIVEL</b>	<b>2º SGV</b>
<b>FAMILIA PROFESIONAL</b>	COMERCIO Y MARKETING		
<b>MODULO PROFESIONAL</b>	TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN		

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL		
U.D.	Descripción	Tiempo
00	Introducción a Moodle Centros. Modelo telemático	1
01	Fuentes de información y el plan de ventas	13
02	Nuevas oportunidades de negocio	12
03	Plan y argumentario de ventas	12
04	Gestión de la información para el aprovisionamiento	10
05	Gestión del proceso de venta del producto o servicio	12
06	Diseño del proceso de negociación de las condiciones de una operación comercial.	8
07	Elaboración de contratos de compraventa y otros afines	8
08	Planificación de la gestión de las relaciones con los clientes	8
Total de horas desarrolladas en el módulo profesional		84

**EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS**

La evaluación será continua. Se inicia con la evaluación inicial, se continúa a lo largo de todo el proceso y, se concluye con la evaluación final y recuperación.

**I.- Los instrumentos de evaluación**

- Registro de observación del trabajo diario del alumno/a (cómo se desenvuelve en el aula y participación en clase).
- Resultados de trabajos y de otras actividades de ejecución grupal o individual.
- Pruebas teórico-prácticas
- Revisión de cuadernos.

**II.- Criterios de calificación**

Para calificar cada criterio de evaluación de los distintos resultados de aprendizaje y se aplicarán lo siguientes porcentajes de valoración:

<b>Contenidos conceptuales 70%</b>	<b>Contenidos procedimentales 20%</b>	<b>Contenidos actitudinales 10%</b>
Pruebas escritas u orales de contenido teórico- práctico por temas y resultados de aprendizaje	Ejercicios o pruebas específicas sobre la utilización de procedimientos adecuados y aplicaciones prácticas de los conceptos adquiridos	Observación en clase, participación, trabajo en equipo, organización, interés, participación diaria activa en el módulo

La nota final de la evaluación, será el resultado de realizar la media ponderada del peso de los resultados de aprendizaje impartidos. A su vez la nota de cada R.A. se ha obtenido ponderando cada uno de sus criterios de evaluación.

**Para que el alumno apruebe la evaluación, tendrá que haber superado las pruebas de conceptos y prácticas del aula. La nota final será el resultado de aplicar los tantos por cientos correspondientes a las pruebas teórico-prácticas y revisión de dossier y actitud redondeando el**

**resultado al alza a partir del decimal 5.****III.- Criterios para la recuperación**

Se recuperará de la misma manera que se evaluó a no ser que se detecte que el sistema de evaluación adoptado no es válido, si así se hiciera se recurriría a otros procesos de evaluación. Por ejemplo si se detecta que los exámenes escritos en un determinado tema producen siempre evaluaciones negativas a un alumno y se han buscado posibles soluciones y éstas no funcionan se recurriría a exámenes orales. Los procesos de recuperación conllevan una mayor dedicación a los alumnos afectados y se realizarán después de cada evaluación parcial, con el objeto de no acumular demasiada materia.

En las actividades prácticas propuestas no tiene mucho sentido la recuperación puesto que las prácticas se realizan de una manera secuencial, de forma que no se hace un ejercicio hasta no haber superado el anterior. De todas formas si algún alumno no consigue alcanzar el ritmo marcado en el tiempo previsto, podrá realizarlas en el periodo de recuperación de junio.

Los alumnos/as solo deberán de recuperar los resultados de aprendizaje no superados. A excepción de la aplicación de la evaluación continua.

El alumnado de segundo curso de oferta completa que tenga módulos profesionales no superados mediante evaluación parcial, o desee mejorar los resultados obtenidos, no podrá cursar el módulo profesional de formación en centros de trabajo y, tendrá obligación de asistir a clases y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clases de cada año.

Para poder optar a la recuperación de una materia en un sistema de evaluación continua, el alumno debe de haber entregado al menos los 80% de los trabajos y actividades exigidos por cada unidad didáctica. En caso contrario no podrá optar a la recuperación hasta la Convocatoria final de Junio

**Contenidos**

- 1. Obtención de la información necesaria para la definición de estrategias comerciales y la elaboración del plan de ventas.**
- 2. Identificación de nuevas oportunidades de negocio que contribuyan a optimizar la gestión comercial de la empresa.**
- 3. Elaboración del plan y el argumentario de ventas del producto o servicio.**
- 4. Gestión de la información necesaria para garantizar la disponibilidad de productos y la prestación de servicios.**
- 5. Gestión del proceso de venta del producto y servicio**
- 6. Diseño del proceso de negociación de las condiciones de una operación comercial.**
- 7. Elaboración de contratos de compraventa y otros afines.**
- 8. Planificación de la gestión de las relaciones con clientes.**

Evaluación		<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN, TEMPORALIZACIÓN Y PONDERACIÓN EN LA EVALUACIÓN.</b>	Ponderaciones	Contenidos
1		1. Obtiene la información necesaria para definir estrategias comerciales y elaborar el plan de ventas, organizando los datos recogidos desde cualquiera de los sistemas de información disponibles.	12,5%	UD.01
1		2. Identifica nuevas oportunidades de negocio que contribuyan a optimizar la gestión comercial de la empresa, aplicando los procedimientos y técnicas de análisis adecuadas.	12.5%	UD.02



1		3. Elabora el plan y el argumentario de ventas del producto, realizando propuestas que contribuyan a mejorar el posicionamiento del producto en el mercado, la fidelización de los clientes y el incremento de las ventas.	12.5%	UD.03
1		4. Gestiona la información necesaria para garantizar la disponibilidad de productos y la prestación de servicios que se requiere para ejecutar el plan de ventas, aplicando los criterios y procedimientos establecidos.	12.5%	UD.04
	2	5. Gestiona el proceso de venta del producto o servicio, utilizando las técnicas de venta y cierre adecuadas, de acuerdo con el plan de ventas y dentro de los márgenes de actuación establecidos por la empresa	12.5%	UD.05
	2	6. diseña el proceso de negociación de las condiciones de una operación comercial, aplicando técnicas de negociación para alcanzar un acuerdo con el cliente o proveedor dentro de los límites establecidos por la empresa.	12.5%	UD.06
	2	7. elabora contratos de compraventa y otros afines, recogiendo los acuerdos adoptados en el proceso de venta y negociación.	12.5%	UD.07
	2	8. Planifica la gestión de las relaciones con los clientes, organizando el servicio postventa de atención al cliente, de acuerdo con los criterios y procedimientos establecidos por la empresa.	12.5%	UD.08
El desarrollo de los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, se encuentran ampliamente desarrollados en la ORDEN de 28 de julio de 2015 (BOJA 16-09-2015)				

**RECURSOS DIDÁCTICOS**

- Taller de informática.
- Proyector y pantalla de proyección.
- Altavoces
- Ordenador del profesor.
- Un ordenador para cada alumno/a
- Apuntes y documentación facilitadas por el profesor.
- Pizarra.
- Revistas y publicaciones relacionadas con el módulo (Revista Emprendedores y diarios de tirada nacional.
- Manuales de referencia.
- Apuntes del profesor.
- Vídeos
- Plataforma Moodle Centro
- Libro de texto: "*Técnicas de Venta y Negociación*". Editorial Paraninfo