



SÍNTESIS DE PROGRAMACIÓN

Curso 2017/18

TITULACIÓN	Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios comerciales	NIVEL	1º
FAMILIA PROFESIONAL	Comercio y Marketing		
MODULO PROFESIONAL	Inglés		

Unidad	Contenidos	Nº horas
UNIT 1: Who's Who in Sales? / At Work	- <i>Vocabulary</i> : ventas, puestos, departamentos, verbos, números ordinales. <i>Grammar</i> : <i>to be</i> , <i>Present Simple</i> Writing A business card An e-mail introducing a new employee	6
UNIT 2: Getting Around / Retail Layout	- <i>Vocabulary</i> : tiendas y servicios, direcciones, ropa, equipamiento de una tienda, preposiciones. <i>Grammar</i> : el imperativo, el verbo modal <i>need to</i> Writing An e-mail providing directions to a meeting A welcoming e-mail	6
UNIT 3: Customer Service / Assisting the Customer	- <i>Vocabulary Builder</i> : adjetivos, verbos, números, descripción de ropa, colores. <i>Grammar</i> : <i>Past Simple</i> Writing A store transfer request	6
UNIT 4: Taking Inventory / Ordering Retail Supplies	- <i>Vocabulary Builder</i> : materiales de oficina, encargar material de oficina, los días de la semana, los meses del año. <i>Grammar</i> : <i>How much / How Many</i> , cuantificadores y determinants Writing An e-mail requesting a quote	6
UNIT 5: Promoting Products / Comparing Products	- <i>Vocabulary Builder</i> : información sobre el producto y adjetivos. <i>Grammar</i> : <i>Present Perfect</i> Writing A product description	6
UNIT 6: Phone Contact / Customer Surveys	- <i>Vocabulary Builder</i> : mobiliario, llamadas de teléfono, la hora, encuestas a los clientes. <i>Grammar</i> : el imperativo Writing	6
UNIT 7 Customer Complaints / Returns	- <i>Vocabulary Builder</i> : partes de la ropa, problemas, quejas de los clientes, devoluciones de los clientes. <i>Grammar</i> : <i>Past Simple</i> Writing A letter of complaint A response to a letter of complaint	6
UNIT 8: In Store Sales / Ordering Online	- <i>Vocabulary Builder</i> : ventas en tienda, hacer pagos, hacer encargos a través de Internet. <i>Grammar</i> : <i>would</i>	6
UNIT 9: Balancing the Cash Register / Banking and Foreign Exchange	- <i>Vocabulary Builder</i> : balance de la caja registradora, en el banco, divisas. <i>Grammar</i> : el imperativo	6
UNIT 10: Booking Flights / Booking a Hotel	- <i>Vocabulary Builder</i> : reserva de vuelos, instalaciones de hoteles, reserva de hoteles. <i>Grammar</i> : primer condicional Writing An e-mail making travel arrangements An e-mail booking hotel rooms	6
UNIT 11: Stock Management / Purchasing	- <i>Vocabulary Builder</i> : gestión de las existencias, compras <i>Grammar</i> : <i>will</i>	6
UNIT 12: Warehousing / Distribution of Goods	- <i>Vocabulary Builder</i> : artículos del almacén, dependencias del almacén, verbos, transporte de existencias, envíos. <i>Grammar</i> : <i>must</i> Writing An e-mail dealing with shipping arrangements	6
UNIT 13: Health and Safety / Workplace Security	- <i>Vocabulary Builder</i> : salud y seguridad, verbos, seguridad en el puesto de trabajo. <i>Grammar</i> : el imperativo	6
UNIT 14: Advertising / Marketing	- <i>Vocabulary Builder</i> : tipos de anuncios, anuncios, marketing, verbos. <i>Grammar</i> : uso de <i>Let's</i> Writing A memo about an advertising campaign	6
UNIT 15: Telemarketing and Sales / Promotions and Merchandising	- <i>Vocabulary Builder</i> : telemarketing, mercadotecnia, promociones. <i>Grammar</i> : uso del comparativo	6
UNIT 16: Sales and Negotiation Techniques / Preparing Sales Presentations	- <i>Vocabulary Builder</i> : ventas y negociaciones, y presentaciones. <i>Grammar</i> : repaso gramatical Writing A reply to a quote request	6



SÍNTESIS DE PROGRAMACIÓN

Curso 2017/18

UNIT 17: E-commerce / Online Marketing	- <i>Vocabulary Builder</i> : tiendas en línea, marketing digital. <i>Grammar</i> : <i>can</i> Writing An e-mail requesting website design	7
UNIT 18: New Businesses / Franchising	- <i>Vocabulary Builder</i> : fundar un negocio y las franquicias. <i>Grammar</i> : <i>Present Simple Passive, Past Simple Passive</i> Writing An e-mail requesting information about franchising	6
UNIT 19: Applying for a Job / Interviewing	- <i>Vocabulary Builder</i> : solicitudes de empleo, adjetivos, condiciones laborales, entrevistas. <i>Grammar</i> : gerundio como infinitivo Writing An e- mail requesting job information	7
UNIT 20: Preparing a CV / Writing a CV	- <i>Vocabulary Builder</i> : redactar un CV, datos personales. <i>Grammar</i> : repaso gramatical Writing A cover letter for your CV, A CV	6

EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS

I.- Los instrumentos de evaluación: Pruebas objetivas. Interés y trabajo.

II.- Criterios de calificación

APARTADO	PORCENTAJE / VALOR	OBSERVACIONES
READING	25% de la nota total, o lo que es lo mismo: 2'5 sobre 10.	
WRITING	25% de la nota total, o lo que es lo mismo: 2'5 sobre 10.	<ul style="list-style-type: none"> Cada redacción tendrá un número de palabras determinado (de 100 a 120).
GRAMMAR AND VOCABULARY	25% de la nota total, o lo que es lo mismo: 2'5 sobre 10.	
LISTENING AND SPEAKING	25% de la nota total, o lo que es lo mismo: 2'5 sobre 10.	<ul style="list-style-type: none"> Debido al alto número de alumnos por grupo, en ocasiones no será posible realizar prueba de Speaking. En ese caso, sólo contará la nota de Listening.

- En cada apartado, cada trimestre se hará la media. La nota obtenida (sobre 10), se multiplicará por 0'25. El cálculo de la nota final del trimestre se hará sumando la nota obtenida en cada apartado.
- La nota final del curso será la media de la suma de los tres trimestres.

A la hora de calificar cada examen, el alumnado deberá tener en cuenta que si cualquier sección la deja en blanco, su nota final será inferior a 5. Aunque la nota final se calcula teniendo en cuenta las pruebas objetivas, el alumno podrá sumar hasta un punto más por actitud hacia su propio proceso de aprendizaje y la realización de tareas y proyectos ya sean propuestos por el profesor como voluntarios. Para obtener una calificación de apto en cualquier examen han de alcanzarse 5 puntos sobre 10 (no es suficiente para el aprobado las calificaciones inferiores a esa nota). Los exámenes escritos que se realizarán contendrán actividades parecidas a las que se hacen en clase y se pedirá la redacción de textos del mismo estilo de los que se piden para clase. Además, se puede incluir como materia de examen cualquier contenido visto y trabajado en clase.

Nota a final de curso: Dado el carácter de evaluación continua de este módulo, para la nota final de curso se tendrán en cuenta las calificaciones obtenidas en las tres evaluaciones, así como el progreso a lo largo del curso.

En caso de tener la primera y/o la segunda evaluación suspendida, la superación de la/s misma/s se verá supereditada al rendimiento del alumno en las siguientes evaluaciones.

III.- Criterios para la recuperación

Si la nota final del curso resulta negativa, el alumno tendrá la oportunidad de aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria que tendrá lugar al final del curso y que contemplará todos los contenidos del curso.

RECURSOS DIDÁCTICOS

- Burlington Professional Modules: Commerce and Sales Student's Book
- Burlington Professional Modules: Commerce and Sales Workbook
- www.burlingtonbooks.es (material disponible para este módulo profesional)
- Medios físicos y audiovisuales con los que cuenta el centro. Aulas TIC
- Plataforma Moodle, que servirá como herramienta de constante colaboración, aportación y realización de actividades tanto presenciales como on-line.



TITULACION	GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES	NIVEL	1SGV
FAMILIA PROFESIONAL	COMERCIO Y MARKETING		
MODULO PROFESIONAL	INVESTIGACIÓN COMERCIAL		

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL		
U.D.	Descripción	Tiempo
1	Las variables del mercado en el entorno de la empresa	12
2	El Sistema de información de marketing (SIM)	18
3	El plan de investigación comercial.	15
4	La información secundaria.	18
5	La Información primaria	24
6	La población: tamaño muestra y características	26
7	Análisis estadístico de los datos	25
8	Bases de datos relacionales.	24
Total de horas desarrolladas en el módulo profesional		162

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

- Pruebas teórico-prácticas y proyectos: 70% de la nota.
- Revisión de dossier (cuaderno: actividades y resúmenes/apuntes): 20% de la nota.
- Actitud: 10% de la nota

Contenidos

1. Análisis de las variables del mercado en el entorno de la empresa
2. Configuración de un sistema de información de marketing (SIM)
3. Elaboración del plan de la investigación comercial.
4. Organización de la información secundaria disponible.
5. Obtención de información primaria:
6. Determinación de las características y tamaño de la muestra de la población:
7. Tratamiento y análisis estadístico de los datos
8. Gestiona bases de datos relacionales

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 proceso 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 aquellas unidades didácticas, que tengan pendientes. 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. **Analiza las variables del mercado y del entorno de la empresa u organización, valorando su influencia en la actividad de la empresa y en la aplicación de las diferentes estrategias comerciales.**
2. **Configura un sistema de información de marketing (SIM) adaptado a las necesidades de información de la empresa, definiendo las fuentes de información, los procedimientos y las técnicas de organización de los datos.**
3. **Elabora el plan de la investigación comercial, definiendo los objetivos y finalidad del estudio, las fuentes de información y los métodos y técnicas aplicables para la obtención, tratamiento y análisis de los datos**
4. **Organiza la información secundaria disponible, de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, valorando la suficiencia de los datos respecto a los objetivos de la investigación.**
5. **Obtiene información primaria de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, aplicando procedimientos y técnicas de investigación cualitativa y/o cuantitativa para la obtención de datos.**
6. **Determina las características y el tamaño de la muestra de la población objeto de la investigación, aplicando técnicas de muestreo para la selección de la misma.**
7. **Realiza el tratamiento y análisis de los datos obtenidos y elabora informes con las conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico y herramientas informáticas.**

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



TITULACION	Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales	NIVEL	Grado Superior
FAMILIA PROFESIONAL	Comercio y Marketing		
MODULO PROFESIONAL	Políticas de Marketing		

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL		
U.D.	Descripción	Tiempo
UD 1	La dimensión del Marketing	20
UD 2	El mercado y su entorno	10
UD 3	El comportamiento del consumidor	10
UD 4	La estrategia de Marketing	10
UD 5	Productos, servicios y gestión de marcas	10
UD 6	Estrategias de precio	11
UD 7	Gestión de la comunicación	11
UD 8	Marketing y nuevas tecnologías	11
UD 9	El plan de marketing	26
UD 10	Nuevas tendencias en marketing	10
UD 11	Aprendizaje de programas informático de cara a la elaboración del plan de marketing	127
Total de horas desarrolladas en el módulo profesional		255

EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS	
I.- Los instrumentos de evaluación Pruebas escritas, las actividades y trabajos y la participación	
II.- Criterios de calificación Para superar las pruebas escritas se deberá tener una calificación mínima de 5 en cada una de ellas. La nota final será la media resultante de ponderar al 30% procedimientos (ejercicios, resúmenes y actividades realizadas en el aula de informática y en el taller de comercio) y al 70% pruebas escritas.	
Contenidos procedimentales	Contenidos Conceptuales
30	70
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 otro proceso de evaluación.	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Los que aparecen en la Orden de 29 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.	
RECURSOS DIDÁCTICOS Ordenadores, programas informáticos e internet Proyector y presentaciones.	



TITULACION	GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES	NIVEL	1SGV
FAMILIA PROFESIONAL	COMERCIO Y MARKETING		
MODULO PROFESIONAL	GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA		

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL		
U.D.	Descripción	Tiempo
1	Iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas	26
2	Forma Jurídica de la empresa	28
3	Organización y trámites para la obtención de recursos financieros	24
4	Determinación de las formalidades para la compra o alquiler de activos	30
5	Gestión de la venta del producto o servicio	30
6	Gestión del proceso contable y fiscal en las empresas	26
7	Determinación de la rentabilidad de las inversiones	28
Total de horas desarrolladas en el módulo profesional		192

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

- Pruebas teórico-prácticas y proyectos: 70% de la nota.
- Revisión de dossier (cuaderno: actividades y resúmenes/apuntes): 20% de la nota.
- Actitud: 10% de la nota

Contenidos

- 1. Recopilación de la información sobre iniciativa emprendedora y oportunidades de creación de empresas.**
- 2. Establecimiento de la forma jurídica de la empresa:**
- 3. Organización de los trámites para la obtención de recursos financieros:**
- 4. Determinación de las formalidades para la compra o alquiler de vehículos y otros activos:**
- 5. Elaboración de facturas, recibos y documentos de cobros y pagos:**
- 6. Gestión del proceso contable y fiscal en las empresas:**
- 7. Determinación de la rentabilidad de las inversiones.**

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 proceso 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 aquellas unidades didácticas, que tengan pendientes. 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- 1. Recopila información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.**
- 2. Establece la forma jurídica de la empresa, ajustándose a la normativa vigente**
- 3. Organiza los trámites para la obtención de los recursos necesarios para la financiación de las inversiones y suministros, evaluando las distintas alternativas financieras posibles.**
- 4. Determina las formalidades para la compraventa y/o el alquiler de los vehículos y otros activos, analizando las necesidades de inversiones y suministros y los recursos financieros necesarios.**
- 5. Elabora facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos y de los servicios prestados, aplicando las normas mercantiles y fiscales de facturación.**
- 6. Gestiona el proceso contable y fiscal de la empresa, aplicando la normativa mercantil y fiscal vigente los principios y normas del Plan General Contable.**
- 7. Determina la rentabilidad de las inversiones y la solvencia y eficiencia de la empresa, analizando los datos económicos y la información contable disponible.**

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



TITULACION	GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES	NIVEL	1SGV
FAMILIA PROFESIONAL	COMERCIO Y MARKETING		
MODULO PROFESIONAL	LOGÍSTICA DE ALMACENAMIENTO		

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL		
U.D.	Descripción	Tiempo
1	Introducción a la contabilidad	3
2	Filosofía de la Gestión Logística	10
3	Normativa específica del almacenaje	7
4	Gestión de las operaciones sujetas a logística inversa y problemática del embalaje	22
5	Organización del proceso de almacenaje	31
6	Gestión de stocks	25
7	Confección y control presupuestario del almacén	26

EVALUACION DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS/AS
<p>I.- Los instrumentos de evaluación.</p> <ul style="list-style-type: none">. Registro de observación del trabajo diario del alumnado.. Resultados y procedimientos aplicados en cuanto a realización de trabajos y de otras actividades de ejecución grupal o individual (la presentación y ejecución dentro del plazo, los errores cometidos, actitud ante el trabajo, etc.).. Exámenes y/o ejercicios de clase o fuera de ella, de contenido teórico-práctico <p>II.- Criterios de calificación</p> <p>Todas las unidades temáticas tendrán una calificación, que deberá ser positiva (a partir de 4,5 puntos). La calificación de cada unidad temática será la media ponderada de:</p> <ul style="list-style-type: none">. Exámenes y/o trabajos de clase o fuera de ella: 90 % del total de la calificación.. El restante 10 % se considerará a través de la actitud del alumno, según su implicación en la dinámica de clase. <p>La calificación de las evaluaciones vendrá dada por la media aritmética de la calificación global de todas y cada una de las unidades temáticas que concurren en ella. Para que la evaluación sea positiva, todas las unidades temáticas deberán tener una calificación positiva.</p> <p>La calificación del módulo profesional vendrá dada por la media aritmética de todas las unidades temáticas impartidas.</p> <p>III.- Criterios para la recuperación</p> <p>La recuperación versará sobre las unidades no superadas, tanto en primera instancia, después de la correspondiente evaluación, como en Junio.</p> <p>La forma de recuperación de las unidades temáticas suspensas consistirá siempre en un ejercicio escrito teórico-práctico, según la materia a que se refiere.</p> <p>La calificación de los exámenes de recuperación será de "aprobado/a" o "suspenso/a".</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN</p> <p>Los resultados de aprendizaje a obtener en este módulo profesional son:</p> <ul style="list-style-type: none">a.- Gestionar los stocks del almacén, asegurando su aprovisionamiento y expedición.b.- Organizar el proceso de almacenaje por tipo de actividad y volumen de mercancías, optimizando los espacios y los tiempos de manipulación.c.- Confeccionar y controlar el presupuesto del almacén, identificando las desviaciones provenientes de la asignación de coste.d.- Gestionar los stocks de almacén, asegurando su aprovisionamiento y expedición.e.- Gestionar las operaciones sujetas a la logística inversa, determinando el tratamiento que se ha de dar a las mercancías retornadas.f.- Supervisar los procesos realizados en el almacén, implantando sistemas de mejora de la calidad del servicio y planes de formación/reciclaje del personal. <p>El desarrollo de los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, se encuentran ampliamente desarrollados en la ORDEN de 29 de julio de 2015 (BOJA nº 179, de 14 de septiembre de</p>



2015), por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

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.