



# PROGRAMACIÓN

***CICLO FORMATIVO GRADO SUPERIOR  
GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS  
COMERCIALES***

***2024/2025***

***ESCAPARATISMO Y DISEÑO DE  
ESPACIOS COMERCIALES***

Profesora: Laura Gandullo Martín

1. INTRODUCCIÓN.	3
1.1 NORMATIVA.	3
1.2 PRESENTACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO.	5
1.3 ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS.	6
2. CONTEXTUALIZACIÓN Y ENTORNO.	7
3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	7
4. ENTORNO PROFESIONAL Y PUESTOS DE TRABAJO.	10
5. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO.	11
6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE.	12
7. CONTENIDOS.	13
8. TEMPORALIZACIÓN.	18
9. METODOLOGÍA	19
9.1 APLICACIÓN DEL PROYECTO LINGÜÍSTICO DE CENTRO.	21
9.2 ACTIVIDADES.	22
10. EVALUACIÓN.	23
10.1 NORMATIVA	26
10.2 CARÁCTER DE LA EVALUACIÓN	26
10.3 PONDERACIONES DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN	24
10.4 PROCESO DE EVALUACIÓN	29
10.5 SESIONES DE EVALUACIÓN	32
10.6. PRUEBAS FINALES MES DE JUNIO	32
10.7. EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE	33
11.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.	38
12. MEDIOS, ESPACIOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.	38
13. TEMAS TRANSVERSALES.	39
14. EVALUACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.	39
15. INTERDISCIPLINARIEDAD.	40
16. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.	40
17. ANEXO FORMACIÓN PROFESIONAL EN ALTERNANCIA (FP DUAL)	37

## 1. INTRODUCCIÓN.

A continuación se presenta la programación didáctica del módulo **Escaparatismo y Diseño de Espacios Comerciales (código 0926)**, perteneciente al Ciclo Formativo de Grado SUPERIOR (Familia profesional: Comercio y Marketing).

### 1.1 NORMATIVA.

Para el desarrollo de la presente programación didáctica se han contemplado los aspectos que regula la normativa de la formación profesional del sistema educativo, el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales y la normativa andaluza en virtud del Estatuto de Autonomía para Andalucía que establece en su artículo 52.2 la competencia compartida de la Comunidad Autónoma en el establecimiento de planes de estudio y en la organización curricular de las enseñanzas que conforman el sistema educativo.

El REAL DECRETO 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo establece en su artículo 10 la estructura de los módulos profesionales.

La Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía, establece mediante el capítulo V “Formación profesional”, del Título II “Las enseñanzas”, los aspectos propios de Andalucía relativos a la ordenación de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo.

Como consecuencia de todo ello, el Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo, regula los aspectos generales de estas enseñanzas. De conformidad con el artículo 13 de dicho decreto el currículo de los módulos profesionales está compuesto por los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación, los contenidos y duración de los mismos y las orientaciones pedagógicas. En la determinación del currículo establecido en dicha Orden se tuvo en cuenta la realidad socioeconómica de Andalucía, así como las necesidades de desarrollo económico y social de su estructura productiva.

El título de “Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.” y sus enseñanzas mínimas se regula por **en el Real Decreto 1573/2011**, de 4 de noviembre que establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social. Con la entrada en vigor de 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.

	Estatutal	Autonómica
Ordenación	<p><b>Ley Orgánica 2/2006</b>, de 3 de mayo, de Educación modificada por ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.</p> <p>Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación</p> <p><b>Real Decreto 1147/2011</b>, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.</p>	<p><b>Ley 17/2007</b>, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.</p> <p><b>Decreto 327/2010</b>, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria.</p> <p><b>Decreto 436/2008</b>, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo.</p>
Perfil Profesional	<p>Ley Orgánica 5/2002 de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional que pone en marcha del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional.</p> <p>Real Decreto 1416/2005 de 25 de noviembre, sobre el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.</p> <p>Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero, por el que se establecen determinadas cualificaciones profesionales que se incluyen en el Catálogo nacional de cualificaciones profesionales, así como sus correspondientes módulos formativos que se incorporan al Catálogo modular de formación profesional.</p>	

<b>Título</b>	<b>Real Decreto</b> 1573/2011 de 4 de noviembre por el que se establece el título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales. y se fijan sus enseñanzas mínimas.	<b>Orden de</b> 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.
<b>Evaluación</b>		<b>Orden de 29 de septiembre de 2010</b> , por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
<b>Organización</b>		Proyecto de Centro del IES Miguel de Cervantes.

## 1.2 PRESENTACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO.

Descripción	
<b>Código</b>	(código 0926)
<b>Módulo Profesional</b>	<b>Escaparatismo y Diseño de Espacios Comerciales</b>
<b>Familia Profesional</b>	Comercio y Marketing
<b>Título</b>	Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

<b>Grado</b>	SUPERIOR
<b>Curso</b>	2º CURSO
<b>Horas</b>	84 horas anuales 6 CRÉDITOS
<b>Horas Semanales</b>	4 horas semanales
<b>Referente europeo</b>	CINE-5b
<b>Asociado a UC:</b>	UC0501_3: Establecer la implantación de espacios comerciales. UC0504_3: Organizar y supervisar el montaje de escaparates en el establecimiento comercial.
Este módulo profesional aporta las herramientas necesarias para <b>gestionar las operaciones comerciales de compraventa y distribución de productos y servicios, y organizar la implantación y animación de espacios comerciales según criterios de calidad, seguridad y prevención de riesgos, aplicando la normativa vigente</b>	

### 1.3 ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS.

Siguiendo las orientaciones pedagógicas recogidas en la Orden de 29 de julio de 2015, contiene la formación necesaria para desempeñar funciones relacionadas con DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES, tales como:

- La organización y diseño de espacios comerciales
- El diseño de escaparates
- Las **actividades profesionales** asociadas a esta función se aplican en:
  - Distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.
  - Selección de elementos interiores y exteriores de la implantación comercial.
  - Fijación de criterios de composición y montaje de escaparates.
  - Análisis de información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.
  - Diseño de distintos tipos de escaparate.
  - Organización del montaje de un escaparate.

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN Y ENTORNO.

### Características del centro

El IES Miguel de Cervantes está ubicado en el distrito Macarena, zona norte de la ciudad de Sevilla, c/ Manzana s/n, uno de los más densos y peor urbanizados de la capital andaluza, dentro del barrio el Carmen, que junto con la Bachillera, la Paz, la Palmilla, las Avenidas, el Torrejón, Polígono Norte, Villegas, Hermandades: la Carrasca, el Rocío, Begoña, Pinoflores, Campos de Soria, Pío XII, la Barzola, Doctor Barraquer, Macarena Tres Huertas, León XIII (los Naranjos), los Príncipes: la Fontanilla, Santas Justa y Rufina, conforman la zona de origen de la mayoría de nuestro alumnado, un 75%, correspondiendo el 25% restante a otros distritos de la ciudad y provincia. Es una zona por tanto, que acoge una población muy heterogénea, con características sociales, económicas y culturales muy diversas. Se trata por tanto de un centro ubicado en una barriada de nivel sociocultural medio-bajo de Sevilla capital con una dotación económica y recursos materiales medios (centro TIC y bilingüe, con aula de audiovisuales, laboratorio de ciencias, biblioteca,...).

La implicación de la comunidad educativa por lo que se refiere a profesores, asociaciones o ayuntamiento es alta, las familias no tanto. Nuestro contexto educativo presenta grupos de población desfavorecida social, cultural y económicamente, con algunos casos de precariedad en diferentes ámbitos que revierten sobre la educación de los hijos e hijas, presentando falta de expectativas laborales y académicas, dificultad en hábitos básicos y pautas educativas y con relativa valoración de la formación, hasta el punto de cuantificarse la misma por el control y ocupación del alumnado.

También es un sector urbano multiétnico por encima de la media en nuestra ciudad y pueden observarse algunas dificultades asociadas, sobre todo, a los primeros momentos de la migración, por ejemplo, la dificultad para la inserción en el mercado laboral de las familias, la falta de respaldo de una familia extensa en este país, el bajo nivel adquisitivo, las dificultades para atender a los hijos debido a jornadas de trabajo excesivas, en algunos casos el idioma y los factores emocionales que deben afrontar, enmarcados en el duelo migratorio. Contexto: El alumnado

La media del alumnado matriculado en los últimos años asciende a más de 700 aproximadamente de un total - flexible- de 28 nacionalidades, imperando países de habla hispana y norte de África. La adaptación suele ser buena gracias a los distintos proyectos y programas llevados a cabo por el centro, que se materializan en un sentimiento de pertenencia, comprensión y valoración.

### Característica del grupo - aula.

Las características fundamentales del alumnado de 2º Curso del Ciclo Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales de este IES son:



El grupo de segundo curso de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales está formado por un total de 27 estudiantes con diversas peculiaridades académicas, entre las cuales se citan a continuación:

- Cuatro alumnos/as matriculados en los dos últimos módulos: Formación en Centros de Trabajo y Proyecto de gestión de ventas y espacios comerciales, que les faltan para conseguir el título de Técnico Superior de Formación Profesional de estos estudios de comercio y marketing. Dichos módulos son tutorizados por profesores del departamento. Tres de ellos solicitado la exención del módulo de FCT.
- El resto del grupo, está conformado por un total de 10 alumnas y 13 alumnos, de los que once, comenzarán de nuevo el día diez de octubre la formación DUAL en empresas, acudiendo a la empresa dos días cada semana, jueves y viernes, y el resto de alumnado (doce) siguen con su docencia de lunes a viernes en el centro.
- En cuanto a la edad, se encuentran entre los diecinueve y veinticuatro años, habiendo tan solo un alumno que tiene treinta y dos años. Nos encontramos con una alumna, que tiene un módulo pendiente del curso primero: Logística de Almacenamiento. Una alumna repetidora, que cursa todos los módulos de segundo curso, excepto dos de ellos, Organización de Equipos de Ventas y Logística de Aprovisionamiento, pues los tiene aprobados del curso pasado. Una alumna, a la que se le ha concedido la convalidación en los módulos de Organización de Equipos de Venta y Técnicas de Venta y Negociación.
- Hay una mayoría de alumnos, en total dieciocho, que vienen de estudiar bachillerato, incluso, tres habían probado un grado universitario sin éxito (Investigación y Técnicas de Mercado, Historia, e incluso Filología Inglesa) abandonándolo en los primeros dos años. El resto (nueve) ha cursado un grado medio u otro superior: por ejemplo, siete vienen de terminar el Grado Medio de Técnico en Actividades Comerciales, dos hicieron el Grado Medio en Gestión administrativa, y uno de estos dos últimos logra, también, un Grado Superior en Integración Social.
- La procedencia también es diversa ya que, predominan los alumnos/as que viven o son de fuera de Sevilla capital, en total dieciséis, aunque algunos de ellos, lógicamente, han tenido que mudarse y están compartiendo piso. De estos lugares de origen tenemos: Huelva capital (Nerva, Aracena); Cádiz capital (Rota, Algeciras); Córdoba (Pozoblanco); Sevilla (Bormujos, Dos Hermanas, La Algaba, La Campana, San José de la Rinconada, Albaida del Aljarafe.



- Todos ellos pertenecen a familias de nivel socioeconómico medio o están saneadas y un número bastante bajo, a diferencia de otros años, provienen de familias desestructuradas.
- El grado de motivación que presentan, es medio, con vocación mayoritaria de trabajar cuando terminen el Ciclo.
- No hay constancia de ningún alumno NEAE.

### 3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

Las competencias **profesionales, personales y sociales** del título, relacionadas con el módulo Escaparatismo y Diseño de Espacios Comerciales son las siguientes:

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

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 Y Lograr los objetivos comerciales establecidos

#### 4. ENTORNO PROFESIONAL Y PUESTOS DE TRABAJO.

Este profesional ejercerá su actividad en cualquier sector productivo en el área de y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado, realizando funciones de planificación, organización y gestión de actividades de compraventa de productos y servicios, así como de diseño, implantación y gestión de espacios comerciales.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan su empresa realizando actividades de compraventa de productos y servicios, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en el departamento de ventas, comercial o de marketing.

.Sectores productivos:

Los principales subsectores en los que puede desempeñar su actividad son:

- ✓ Industria, comercio y agricultura, en el departamento de ventas, comercial o de marketing.
- ✓ Empresas de distribución comercial mayorista y/o minorista, en el departamento de compras, ventas, diseño e implantación de espacios comerciales, comercial o de marketing.
- ✓ Entidades financieras y de seguros, en el departamento de ventas, comercial o de marketing.
- ✓ Empresas intermediarias en el comercio como agencias comerciales, y empresas de asesoramiento comercial y jurídico, entre otras.
- ✓ Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras. Empresas de logística y transporte.
- ✓ Asociaciones, instituciones, organismos y organizaciones no gubernamentales (ONG).

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes:

- Jefe de ventas.
- Representante comercial.
- Agente comercial.
- Encargado de tienda.

- Encargado de sección de un comercio.
- Vendedor técnico.
- Coordinador de comerciales.
- Supervisor de telemarketing.
- Merchandiser.
- Escaparatista comercial.
- Diseñador de espacios comerciales.
- Responsable de promociones punto de venta.
- Especialista en implantación de espacios comerciales

Los términos de la siguiente relación de ocupaciones y puestos de trabajo se utilizan con carácter genérico y omnicomprendivo de mujeres y hombres.

## 5. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO.

Los objetivos generales del ciclo formativo de GESTIÓN DE VENTAS E<sub>i</sub>Y ESPACIOS COMERCIALES relacionados con el módulo ESCAPARATISMO Y DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES son los siguientes:

- 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.

## **6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE.**

Los resultados de aprendizaje de este módulo son los que aparecen a continuación:

<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b>
RA1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.
RA2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.
RA3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales
RA4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.
RA5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos
RA6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.

## 7. CONTENIDOS.

La determinación de contenidos para este módulo debe de tener en cuenta diversas circunstancias relacionadas con la formación previa e intereses del alumnado y con las novedades fruto de las tecnologías emergentes, así como posibles cambios legislativos o de tendencias en el mercado. Por consiguiente, no todos los contenidos que más adelante se señalan se van a desarrollar con la misma intensidad y profundidad.

Las Unidades Didácticas de este módulo son:

UNIDAD DIDÁCTICAS	TÍTULO
UD Nº 1	<b>Comportamiento del consumidor</b>
UD Nº 2	<b>Implantación: elementos interiores y exteriores</b>
UD Nº 3	<b>Escaparatismo: el proyecto de implantación</b>
UD Nº 4	<b>Composición y montaje de escaparates</b>
UD Nº 5	<b>Diseño del escaparate</b>
UD Nº 6	<b>Montaje del escaparate comercial</b>

<b>UNIDAD Nº 1</b>	<b>Comportamiento del consumidor</b>
--------------------	--------------------------------------

### CONTENIDOS BÁSICOS.

- 1.1.1. Estudio y conocimiento del cliente
- 1.1.2. Condicionantes internos y externos
- 1.1. Proceso de compra
  - 1.2.1. La realización del proceso de compra
  - 1.2.2. Tipos de compra
- 1.2. Distribución y marketing
  - 1.3.1. Funciones de la distribución
  - 1.3.2. Canales de distribución
  - 1.3.3. Tipos de distribución
  - 1.3.4. Estrategias de distribución
- 1.3. Merchandising
  - 1.4.1. Definición, objetivos y funciones
  - 1.4.2. Tipos de merchandising
  - 1.4.3. Técnicas de merchandising
- 1.4. Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

<b>Resultados de Aprendizaje</b>	<b>Criterios de evaluación</b>
----------------------------------	--------------------------------

1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.	<p>a) Se ha analizado la información de la empresa, la competencia, el consumidor y el producto o servicio que resulta relevante para la definición de un espacio comercial.</p> <p>b) Se han utilizado las fuentes de información internas y externas, online y offline, necesarias para la realización de un proyecto de implantación.</p> <p>c) Se han identificado las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.</p> <p>d) Se han diseñado espacios comerciales respetando la normativa aplicable.</p> <p>e) Se han determinado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales.</p>
---	--

<b>UNIDAD Nº 2</b>	<b>Implantación: elementos interiores y exteriores</b>
--------------------	--

### CONTENIDOS BÁSICOS.

- 2.1. Arquitectura exterior del establecimiento comercial
  - 2.1.1. Puerta y sistemas de acceso
  - 2.1.2. Fachada
  - 2.1.3. Vía pública como elemento publicitario
  - 2.1.4. Rótulo exterior
  - 2.1.5. Iluminación exterior
  - 2.1.6. El toldo y su colocación
  - 2.1.7. Escaparate
  - 2.1.8. Hall del establecimiento
- 2.2. Normativa y trámites administrativos en la implantación externa
  - 2.2.1. Proceso de constitución e inicio de actividad
  - 2.2.2. Trámites municipales para ejercer la actividad
- 2.3. Arquitectura interior del establecimiento comercial
- 2.4. Distribución de la superficie de venta
  - 2.4.1. Zonas calientes y frías
  - 2.4.2. Flujo de circulación
  - 2.4.3. Secciones
  - 2.4.4. Diseño del *layout* del establecimiento
- 2.5. Mobiliario de la superficie de venta
  - 2.5.1. Disposición del mobiliario
  - 2.5.2. Tipos de mobiliario
- 2.6. Ambiente del establecimiento
- 2.7. Normativa de seguridad e higiene
  - 2.7.1. Normativa de seguridad
  - 2.7.2. Seguridad e higiene en el trabajo

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Se han definido las funciones y objetivos de la implantación.</li><li>b) Se han identificado los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores.</li><li>c) Se ha elaborado la información de base para la implantación de los elementos en el interior y en el exterior del espacio comercial.</li><li>d) Se han elaborado propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial.</li><li>e) Se han establecido medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento.</li></ul>
--	---

### UNIDAD Nº 3      Escaparatismo: el proyecto de implantación

## CONTENIDOS BÁSICOS.

- 3.1. Tipos de escaparates
- 3.2. Elementos del escaparate
  - 3.2.1. El producto
  - 3.2.2. Creatividad y psicología
  - 3.2.3. La composición
- 3.3. Temperatura del escaparate
- 3.4. Presupuesto de implantación del escaparate
  - 3.4.1. Materiales
  - 3.4.2. Recursos humanos
  - 3.4.3. Criterios económicos y comerciales en la implantación
- 3.5. Incidencias en la implantación: medidas correctoras

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.



<p>3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales.</p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>c) Se han confeccionado cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos que han de realizarse.</p> <p>d) Se han aplicado criterios económicos y comerciales para la ejecución de la implantación en el espacio comercial.</p> <p>e) Se han propuesto medidas para la resolución de las posibles incidencias surgidas en el proceso de organización y ejecución de la implantación.</p>
--	--

<b>UNIDAD Nº 4</b>	<b>Composición y montaje de escaparates</b>
--------------------	---

**CONTENIDOS BÁSICOS.**

- 5.1. Color
  - 5.1.1. Concepto y características
  - 5.1.2. Psicología y fisiología del color
- 5.2. Iluminación
  - 5.2.1. Concepto y características
  - 5.2.2. Potencia de luz en un escaparate
  - 5.2.3. Tipos de lámparas
- 5.3. Elementos para la animación del escaparate
- 5.4. Aspectos esenciales del escaparate
- 5.5. Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates
- 5.6. Bocetos de escaparates
- 5.7. Programas informáticos de diseño y distribución de espacios

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.**

4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.	<p>a) Se han identificado los efectos psicológicos de las distintas técnicas de Escaparatismo sobre el consumidor.</p> <p>b) Se han establecido las funciones y objetivos de un escaparate.</p> <p>c) Se ha valorado el impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.</p> <p>d) Se han definido los criterios de selección de materiales para un escaparate, en función de una clientela potencial y unos efectos deseados.</p> <p>e) Se ha analizado el diseño y montaje de distintos escaparates.</p> <p>f) Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate.</p>
--	---

<b>UNIDAD Nº 5</b>	<b>Diseño del escaparate</b>
--------------------	------------------------------

### CONTENIDOS BÁSICOS.

- 5.1. Color
  - 5.1.1. Concepto y características
  - 5.1.2. Psicología y fisiología del color
- 5.2. Iluminación
  - 5.2.1. Concepto y características
  - 5.2.2. Potencia de luz en un escaparate
  - 5.2.3. Tipos de lámparas
- 5.3. Elementos para la animación del escaparate
- 5.4. Aspectos esenciales del escaparate
- 5.5. Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates
- 5.6. Bocetos de escaparates
- 5.7. Programas informáticos de diseño y distribución de espacios

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

<p>5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.</p>	<p>a) Se han seleccionado los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.</p> <p>b) Se han aplicado distintas técnicas de Escaparatismo, teniendo en cuenta los efectos psicológicos de las mismas en el consumidor.</p> <p>c) Se han seleccionado distintas combinaciones de color para conseguir diferentes efectos visuales.</p> <p>d) Se han aplicado técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño según los objetivos definidos.</p> <p>e) Se han utilizado herramientas informáticas para la distribución de espacios en el diseño de los escaparates.</p>
---	---

<b>UNIDAD Nº 6</b>	<b>Montaje del escaparate comercial</b>
--------------------	---

### CONTENIDOS BÁSICOS.

- 6.1 Planificación de actividades
  - 6.1.1. Actividades de planificación
  - 6.1.2. Montaje y colocación del escaparate
- 6.2 Materiales y medios
  - 6.2.1. Materiales estructurales
  - 6.2.2. Materiales de revestimiento
  - 6.2.3. Herramientas
- 6.3 Cronograma del montaje
- 6.4 Técnicas que se utilizan habitualmente para el montaje de un escaparate
- 6.5 Presupuesto
  - 6.5.1. Métodos de cálculo de presupuestos
  - 6.5.2. Cálculo de costes de montaje
- 6.6 Programas informáticos de diseño
  - 6.6.1. GIMP

### 8. TEMPORALIZACIÓN.

Las horas reflejadas en este apartado tienen un carácter meramente orientador; así la duración de las mismas podrá variar en función de los conocimientos previos, y de las dificultades que encuentren los alumnos en alguno de los temas tratados.

El tiempo total que corresponde a este módulo es de 84 horas. Para impartir los contenidos teórico-prácticos se destinarán:

UD	HORAS/UD	HORAS/EV.	EVALUACIÓN
UD 1	18 H.	48 H.	1º EVALUACIÓN
UD 2	12 H.		
UD 3	18 H.		
UD 4	12..H.	36 H.	2º EVALUACIÓN
UD 5	12 H.		
UD 6	12 H.		

## 9. METODOLOGÍA

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza–aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

Tendremos en cuenta que el profesorado será orientador y promotor, facilitando en todo momento el desarrollo del alumno, implicándolos en su propio aprendizaje.

La metodología será activa y participativa.

Estimularemos la superación individual y afianzaremos su autoconfianza, no olvidándonos de promover hábitos de colaboración y trabajo en equipo

El estudio de las capacidades terminales y de sus correspondientes criterios de evaluación contrastados con los elementos de capacidad profesional descritos para este título profesional, se deduce que el aprendizaje debe basarse en el SABER HACER y que los contenidos del módulo deben, por lo tanto, definirse en torno a los procesos de trabajo.

La metodología utilizada debe buscar enfrentar al alumno a la simulación de casos prácticos sobre procesos de trabajo reales. Asimismo debe servir para favorecer en el alumnado la capacidad para aprender por sí mismo y para trabajar en grupo.

La metodología a aplicar se apoya en los siguientes aspectos:

- De introducción o de inicio: al comienzo de cada Unidad se promoverá un debate en clase que permita identificar las variables a tener en cuenta en las acciones de diseño de los espacios comerciales y organización de escaparates.
- Posteriormente el alumnado iniciará una fase de descubrimiento, desarrollando el tema, unas veces en grupo y otras individualmente, realzando la investigación, el espíritu emprendedor y la iniciativa personal.
- Estudio de la investigación en el que intervienen ambas partes: Profesor y alumno participarán activamente en el afianzamiento de los conocimientos

básicos a través de su investigación, intercalando exposiciones, esquemas, resúmenes, etc.. Se harán evidentes las habilidades y métodos de recopilación, sistematización y presentación de la información y se aplicarán procesos de análisis y sintetización.

Con todo lo anterior se pretende fomentar la iniciativa del alumno (muy importante en la toma de decisiones que se requiere en este campo) y el autoaprendizaje desarrollando capacidades de comprensión y análisis, relación, búsqueda y manejo de la información, creatividad y capacitando al alumno para que se enfrente a situaciones de trabajo cambiantes y nuevas.

Además, las actividades de ampliación y desarrollo propuestas constituye otro pilar fundamental para el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje. Las actividades permiten a los alumnos y alumnas enfrentarse a la toma de decisiones en cuanto que dichas actividades están planteadas para enfrentarlos ante problemas concretos que pueden ser abordados desde diversas alternativas.

El alumnado sabrá en cualquier momento cual es la tarea y los plazos de entrega, planteamiento de dudas, calificación, acceso a los recursos del profesor... En definitiva, la comunicación con el profesor/a será muy fluida.

De esta forma se preparan para enfrentarse al mercado laboral, fomentando el trabajo en equipo sin olvidarnos del individual y reflexivo

Tendremos en cuenta que el profesorado será orientador y promotor, facilitando en todo momento el desarrollo del alumno, implicándolos en su propio aprendizaje.

El estudio de los resultados de aprendizaje y de sus correspondientes criterios de evaluación contrastados con los elementos de competencias profesionales, personales y sociales descritos para este título profesional, se deduce que el aprendizaje debe basarse en el SABER HACER y que los contenidos del módulo deben, por lo tanto, definirse en torno a los procesos de trabajo.

La metodología constituye el conjunto de criterios y decisiones que organizan, de forma global, la acción didáctica en el aula: papel que juegan los alumnos/as y profesores/as, medios y recursos utilizados, tipos de actividades, organización de los tiempos y espacios, agrupamientos, secuenciación y tipo de tareas. Es evidente que existirán metodologías diversas, pero en las enseñanzas de la Formación profesional la metodología didáctica de formación profesional, tal como establece el **art. 8.6 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio**, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de

que el alumnado adquiriera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente.

Los aspectos en los que se centra nuestra metodología en la actuación diaria son los siguientes:

- Exposición clara, sencilla y razonada de los contenidos conceptuales, con un lenguaje adaptado al del alumnado y que, simultáneamente, contribuya a mejorar su expresión oral y escrita.
- Tratamiento de los contenidos de forma que conduzcan a un aprendizaje comprensivo y significativo gracias a la realización de múltiples actividades (preparatorias, de consolidación de los contenidos, de repaso, de refuerzo y ampliación, de evaluación, de cierre...).
- Fomento de la capacidad de autoaprendizaje del alumnado y el trabajo en equipo.
- Promoción de unas actitudes que propicien en el alumnado la asunción de los valores propios de un sistema democrático (tolerancia, solidaridad...).
- Incorporación de metodologías activas, participativas que propicien la motivación y el trabajo colaborativo de nuestro alumnado.
- Será también frecuente el uso de medios audiovisuales y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como gamificación aplicada al proceso de enseñanza – aprendizaje

## 9.1. METODOLOGÍA A APLICAR EN EL DESARROLLO DEL MÓDULO

En primer lugar, antes de la realización de las pruebas, el equipo docente debe motivar al alumnado explicándole en qué consisten dichas pruebas e insistir en la importancia de esforzarse en la realización de estas.

## 9.2. APLICACIÓN DEL PROYECTO LINGÜÍSTICO DE CENTRO.

El Proyecto Lingüístico de Centro (PLC) es una parte del Proyecto Educativo de Centro en el que se recoge la regulación consensuada de los usos lingüísticos comunicativos en todos los aspectos de la vida del centro (enseñanzas, materias, documentos, administración, actividades, etc.) con el fin de mejorar la enseñanza.

En este módulo se trabajará de forma transversal la mejora de la expresión oral y escrita con el objeto de que el alumnado llegue a expresarse con fluidez y corrección en público. Para ello se podrá:

- Realizar exposiciones orales.
- Trabajos escritos evaluables, al menos uno por trimestre.
- Trabajos de lectura, al menos uno por trimestre.
- Establecer un plan de mejora de la ortografía
- Fomentar el interés y el hábito lector
- Utilizar del cuaderno de estilo facilitado por la coordinación del proyecto en el centro.
- Utilizar las rúbricas planteadas en el Plan de Centro a este efecto.

### 9.3. ACTIVIDADES.

Las actividades didácticas nos van a permitir desarrollar las diferentes estrategias didácticas que hemos propuesto. Llevaremos a cabo las siguientes:

**Actividades de iniciación y de motivación.** Para recordar y asentar conocimientos previos de los alumnos en relación con la unidad o bloque a introducir. Han de servir para incentivar al alumno y ponerlo en una situación activa e interesada ante los nuevos aprendizajes, entre las que cabe señalar las charlas/coloquio sobre el tema (dinámicas de grupo, lluvia de ideas) o cualquier otra actividad que el docente estime oportuno.

**Actividades de desarrollo y aprendizaje.** Que permitan el aprendizaje de conceptos, procedimientos, actitudes a través de actividades diversas, como por ejemplo:

- Búsqueda, elaboración y tratamiento de la información
- Planteamiento, formulación, verificación, comprobación de hipótesis y extracción de conclusiones.
- Comunicación de la información, con exposiciones, debates, trabajo por escrito, realización de casos prácticos, montajes audiovisuales y plásticos, etc.
- Desarrollo de la memoria asociativa mediante el uso de técnicas de recuperación de la información.

**Actividades de resumen o síntesis.** Se hacen al finalizar una unidad de trabajo con el fin de que los alumnos aprecien el progreso realizado desde el inicio. Les ayudará a esquematizar las ideas más importantes, a organizar y relacionar los contenidos, a memorizar y, en definitiva, a construir los aprendizajes.



**Actividades de refuerzo o ampliación.** Que se presentan a continuación:

**De refuerzo:**

Son medidas para la recuperación de aquellos alumnos con dificultades para obtener los resultados de aprendizaje no alcanzados, como pueden ser:

- Lectura y comentario de artículos de revistas especializadas con la intención de mejorar su motivación, y aumentar sus conocimientos.
- Elaboración de actividades en grupo o individuales de análisis de cuestiones básicas; además de actividades de refuerzo de esos contenidos.
- Elaboración de Test de autocontrol para que el alumnado pueda realizar una autoevaluación antes de realizar las pruebas de evaluación.
- Elaboración de un diccionario de términos técnicos utilizados, donde el alumno exprese con sus propias palabras las definiciones de los conceptos más importantes.

**De ampliación:**

Aquellos alumnos que muestren un ritmo de aprendizaje más alto, pueden llevar a cabo todas o algunas de las siguientes actividades:

- Tareas de indagación o búsqueda de conclusiones sobre el contenido de las unidades didácticas..
- Exposición oral de algún punto de los contenidos del temario al resto de sus compañeros de clase.

**Actividades de evaluación.** A través de estas estrategias y actividades no solo pretendemos la consecución de los objetivos propios del módulo, sino que pretendemos contribuir a la interrelación con otros objetivos del ciclo. Es interesante diseñar actividades de **coevaluación y autoevaluación**, que permitan la autocorrección controlada y desarrollen la autonomía y la responsabilidad, como valor esencial de orientación laboral.

- Pruebas individuales objetivas de evaluación
- Tareas de clase evaluables

**Actividades interdisciplinares.** Se trata de actividades que desarrollan conjuntamente con otros departamentos o módulos. Se muestra a continuación el dominio de cada área:

<b>Módulo profesional del ciclo</b>	<b>Área de conocimiento</b>
Gestión económica y financiera de la empresa	Aplicación de técnicas de cálculo para gestión de empresas y emprendimiento.
Políticas de marketing	Gestión de la empresa desde el punto de vista del área de marketing
Investigación comercial	Estudios de mercado para la toma de decisiones
Formación y orientación laboral	Relaciones en el mercado de trabajo. Normas de seguridad e higiene en el trabajo
Inglés	Conocimiento del idioma fundamental en el mercado laboral
Logística de almacenamiento	Gestión de almacenes
Marketing digital	Desarrollo de competencias digitales necesarias en los diferentes ámbitos del marketing y la publicidad
Escaparatismo y diseño de espacios comerciales	Diseño de escaparates y merchandising de seducción
Gestión de productos y promociones en el punto de venta	Gestión de productos y promociones en el punto de venta
Logística de aprovisionamiento	Gestión de la logística y almacenamiento
Organización de equipos de ventas	Gestión y organización de equipos de ventas
Técnicas de venta y negociación	Gestión y elaboración de técnicas de ventas y negociación

### **ACTIVIDADES DE PLANES Y PROGRAMAS A REALIZAR.**

Festival de cortos cervantinos. Se evaluará con el RA 1, asociado al siguiente criterio de evaluación: b) Se han utilizado las fuentes de información internas y externas, online y offline, necesarias para la realización de un proyecto de implantación.

## 9.4 MEDIDAS PARA LA MEJORA DE LA COMPETENCIA LINGÜÍSTICA Y MATEMÁTICA

- En relación a la competencia lingüística se establecen las siguientes directrices:

- ☐ Fortalecer la comprensión oral y escrita trabajando en la comprensión de las ideas esenciales de los textos orales y escritos, en lengua materna y extranjera, en diversos formatos, que traten sobre situaciones de la vida cotidiana y de los gustos e intereses de nuestro alumnado.
- ☐ Fomentar la expresión oral y escrita en lengua materna y extranjera, de manera coherente y adecuada en diferentes ámbitos, contextos y con diferentes propósitos comunicativos.
- ☐ Comprender y expresarse en una o más de una lengua extranjera de forma apropiada.
- ☐ Incentivar la lectura y el pensamiento crítico, para ello se leerán y se analizarán lecturas adecuadas a su edad e intereses que sirvan como base para un mejor conocimiento literario y que favorezca una actitud reflexiva y crítica.
- ☐ Favorecer la creación de textos con intención creativa y literaria.
- ☐ Valorar la lengua como instrumento para comunicarse e interactuar, para crear conocimiento y transmitir su opinión de forma cooperativa y respetuosa.

- En relación a la competencia matemática se acuerda:

- Leer adecuadamente los enunciados pues comprender el enunciado de un problema o la teoría que se explica hace que el alumnado pueda avanzar en su aprendizaje.
- Contextualizar los problemas y retos planteados con situaciones cotidianas y próxima a la realidad del alumnado.
- Selección de actividades que favorezcan el desarrollo de la competencia matemática a través del planteamiento de retos y problemas que promuevan la reflexión crítica y la toma de decisiones por parte del alumnado.
- Concebir el conocimiento científico como un saber que se asienta en distintas disciplinas además de una herramienta para conocer y aplicar un método para resolver los problemas y los retos planteados.

### 9.4.1 Instrucciones concretas sobre el razonamiento matemático

- ❖ Primera medida organizativa que se adoptará será aprovechar la planificación de la práctica docente que se ha hecho para la mejora de la competencia lingüística en el Proyecto de Lectura. Así, se implementarán lecturas y actividades que fomenten el planteamiento y resolución de retos y problemas para contribuir a la mejora de la competencia matemática.

- ❖ La segunda medida es unificar los pasos a seguir para resolver un problema dándole al alumnado pautas concretas:
  1. Lectura del enunciado aclarando conceptos, sinónimos para identificar la información relevante
  2. Organizar los datos
  3. Identificar las operaciones que hay que hacer y en qué orden
  4. Solución del problema. Comprobar dicha solución y la validez del resultado
  5. Reflexión colaborativa sobre la solución para favorecer el intercambio de ideas

#### 9.4.2. Seguimiento y evaluación de estas medidas

- Tras las evaluaciones trimestrales se valorará el desarrollo de lo propuesto en la programación didáctica a partir de los resultados obtenidos en matemáticas o en el área y se podrán plantear modificaciones o mejoras si son necesarias.
- Al finalizar el curso, se valorarán los resultados obtenidos en matemáticas o en el área y se plantearán medidas y propuestas de mejora para el próximo curso que se reflejarán en la Memoria de Autoevaluación.

### 10. EVALUACIÓN.

#### 10.1 NORMATIVA

La evaluación en Formación Profesional Inicial está reglada por la **Orden de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

#### 10.2 CARÁCTER DE LA EVALUACIÓN

En los ciclos formativos la evaluación tendrá las siguientes características:

- **Evaluación continua.**  
La evaluación continua supone la aplicación de un procedimiento de evaluación concreto establecido por el docente, que requiere que el alumno asista a clase de forma regular y participe de las actividades programadas.

##### **Evaluación criterial.**

Supone que serán los criterios de evaluación los que permitan conocer si los resultados de aprendizaje han sido alcanzados y superados por el alumnado.

### • Evaluación inicial

-Durante el primer mes desde el comienzo de las actividades lectivas de los ciclos formativos o de los módulos profesionales ofertados, se realizará una evaluación inicial, que tendrá como objetivo fundamental indagar sobre las características y el nivel de competencias que presenta el alumnado en relación con los resultados de aprendizaje y contenidos de las enseñanzas que va a cursar.

En el curso escolar 2023-24, estas sesiones se celebran los días 16, 17 y 18 de octubre.

-Asimismo, se realizará una evaluación inicial al comienzo de cada bloque de contenidos. Esta exploración inicial tendrá por objeto tener constancia de los conocimientos de partida del grupo de alumnos.

### • Evaluación formativa

Tendrá por objeto detectar las dificultades y progresos que se producen a lo largo del proceso, para que en cada momento sea posible determinar situaciones y recursos más adecuados para aportar la ayuda pedagógica necesaria.

Se utilizarán instrumentos específicos de observación sistemática y pautada del proceso de aprendizaje.

### • Evaluación sumativa.

Tiene como función determinar el grado de consecución que cada uno de los alumnos y alumnas del grupo ha obtenido en relación a todos y cada uno de los resultados de aprendizaje de los que consta el módulo.

Su objetivo es valorar un resultado final.

## 10.3 PONDERACIONES DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<b>RA1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.</b>			<b>Pondera:</b> <b>16,67%</b>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>	<b>UT</b>	<b>%</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
<b>a) Se ha analizado la información de la empresa, la competencia, el consumidor y el producto o servicio que resulta relevante para la definición de un espacio comercial.</b>	<b>1</b>	<b>20%</b>	<b>Trabajo monográfico, Prueba teórico-práctica, exposición Actividades de aprendizaje y evaluables</b>

b) Se han utilizado las fuentes de información internas y externas, online y offline, necesarias para la realización de un proyecto de implantación.	1	20%	Trabajo monográfico Prueba teórico-práctica Actividades de aprendizaje y evaluables
c) Se han identificado las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.	1	20%	Trabajo monográfico Prueba teórico-práctica Actividades de aprendizaje y evaluables
d) Se han diseñado espacios comerciales respetando la normativa aplicable.	1	20%	Trabajo monográfico Prueba teórico-práctica Actividades de aprendizaje y evaluables
e) Se han determinado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales	1	20%	Trabajo monográfico Prueba teórico-práctica Actividades de aprendizaje y evaluables

RA2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.			Pondera: 16,67%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	UT	%	INSTRUMENTO
a) Se han definido las funciones y objetivos de la implantación	2	20%	Prueba teórico-práctica Actividades evaluables Exposición Actividades de aprendizaje
b) Se han identificado los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores.	2	20%	Prueba teórico-práctica Actividades evaluables Exposición Actividades de aprendizaje
c) Se ha elaborado la información de base para la implantación de los elementos en el interior y en el exterior del espacio comercial	2	20%	Prueba teórico-práctica Actividades evaluables Exposición Actividades de aprendizaje

<b>d) Se han elaborado propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial</b>	<b>2</b>	<b>20%</b>	<b>Prueba teórico-práctica</b> <b>Actividades evaluables</b> <b>Exposición</b> <b>Actividades de aprendizaje</b>
<b>e) Se han establecido medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento</b>	<b>2</b>	<b>20%</b>	<b>Prueba teórico-práctica</b> <b>Actividades evaluables</b> <b>Exposición</b> <b>Actividades de aprendizaje</b>

<b>RA3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales</b>			<b>Pondera: 16,67%</b>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>	<b>UT</b>	<b>%</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
<b>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>	<b>3</b>	<b>20%</b>	<b>Prueba teórico-práctica</b> <b>Actividades evaluables</b> <b>Exposición</b> <b>Actividades de aprendizaje</b>
<b>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.</b>	<b>3</b>	<b>20%</b>	<b>Prueba teórico-práctica</b> <b>Actividades evaluables</b> <b>Exposición</b> <b>Actividades de aprendizaje</b>
<b>c) Se han confeccionado cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos que han de realizarse.</b>	<b>3</b>	<b>20%</b>	<b>Prueba teórico-práctica</b> <b>Actividades evaluables</b> <b>Exposición</b> <b>Actividades de aprendizaje</b>
<b>d) Se han aplicado criterios económicos y comerciales para la ejecución de la implantación en el espacio comercial.</b>	<b>3</b>	<b>20%</b>	<b>Prueba teórico-práctica</b> <b>Actividades evaluables</b> <b>Exposición</b> <b>Actividades de aprendizaje</b>
<b>e) Se han propuesto medidas para la resolución de las posibles incidencias surgidas en el proceso de organización y ejecución de la implantación</b>	<b>3</b>	<b>20%</b>	<b>Prueba teórico-práctica</b> <b>Actividades evaluables</b> <b>Exposición</b> <b>Actividades de aprendizaje</b>




<b>RA4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales</b>			<b>Pondera: 16,67%</b>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>	<b>U T</b>	<b>%</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
a) Se han identificado los efectos psicológicos de las distintas técnicas de Escaparatismo sobre el consumidor.	4	16,67%	ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
b) Se han establecido las funciones y objetivos de un escaparate.	4	16,67%	ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
c) Se ha valorado el impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.	4	16,67%	ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
d) Se han definido los criterios de selección de materiales para un escaparate, en función de una clientela potencial y unos efectos deseados	4	16,67%	ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
e) Se ha analizado el diseño y montaje de distintos escaparates	4	16,67%	ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
f) Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate.	4	16,67%	ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

<b>RA5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos</b>			<b>Pondera: 16,67%</b>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>	<b>UT</b>	<b>%</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
a) Se han seleccionado los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.	5	20%	PROYECTO ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
b) Se han aplicado distintas técnicas de Escaparatismo, teniendo en cuenta los efectos psicológicos de las mismas en el consumidor.	5	20%	PROYECTO ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
c) Se han seleccionado distintas combinaciones			PROYECTO

<b>de color para conseguir diferentes efectos visuales.</b>	<b>5</b>	<b>20%</b>	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
<b>d) Se han aplicado técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño según los objetivos definidos.</b>	<b>5</b>	<b>20%</b>	PROYECTO ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
<b>e) Se han utilizado herramientas informáticas para la distribución de espacios en el diseño de los escaparates.</b>	<b>5</b>	<b>20%</b>	PROYECTO ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>

<b>RA6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.</b>			<b>Pondera: 16,67%</b>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>	<b>UT</b>	<b>%</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
<b>a) Se ha analizado la terminología básica de proyectos de Escaparatismo.</b>	<b>6</b>	<b>20%</b>	PROYECTO ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
<b>b) Se ha interpretado la documentación técnica y los objetivos del proyecto de escaparate.</b>	<b>6</b>	<b>20%</b>	PROYECTO ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
<b>c) Se han seleccionado los materiales y la iluminación adecuados..</b>	<b>6</b>	<b>20%</b>	PROYECTO ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
<b>d) Se ha organizado la ejecución del montaje de escaparates previamente definidos.</b>	<b>6</b>	<b>20%</b>	PROYECTO ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>

	<b>GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES.</b>  <b>ESCAPARATISMO Y DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES</b>
---	---

<b>e) Se ha realizado la composición y el montaje de escaparates.</b>	<b>6</b>	<b>20%</b>	PROYECTO ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN <b>Prueba teórico-práctica</b>
---	----------	------------	---

## 10.4-PROCESO DE EVALUACIÓN

### 10.4.1. Introducción

Los ciclos formativos que se imparten en el Departamento de Comercio del IES Miguel de Cervantes son ciclos de enseñanza presencial, por lo que la asistencia a clase de alumnado es obligatoria.

Así lo establece artículo 2.2 de la Orden de Evaluación, de 29 septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía establece lo siguiente:

“La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requerirá, en la modalidad presencial, su asistencia regular a clase y su participación en las actividades programadas para los distintos módulos profesionales del ciclo formativo”.

En base a este artículo, el proceso de evaluación continua del Departamento de Comercio del IES Miguel de Cervantes es el que a continuación se describe.

### 10.4.2. Proceso de evaluación continua

- Este proceso da comienzo a principios del curso escolar y finaliza con la sesión de evaluación final que se celebra en el mes de junio.
- Se aplica al alumnado que asiste a clase y participa en las actividades programadas en los distintos módulos profesionales.

Se considera que un alumno asiste a clase y participa en las actividades programadas en los distintos módulos profesionales cuando, tomando como referencia el número horas totales asignadas a un módulo profesional por la normativa vigente, dicho alumno no alcanza el 25% de faltas de asistencia.

En este cómputo se incluyen tanto las faltas justificadas como las injustificadas.

**El proceso de evaluación continua tendrá las siguientes características:**

- Durante el transcurso de los dos trimestres en los que se divide el curso escolar:
- El alumnado irá realizando las distintas actividades y pruebas evaluables que determine el profesor/a del módulo correspondiente.
- Dado el carácter presencial de nuestros ciclos formativos, las distintas pruebas o actividades evaluables han de ser realizadas de forma presencial en el aula.

No obstante, cuando la naturaleza de la actividad así lo requiera, podrán realizarse pruebas o actividades evaluables fuera del centro educativo. A modo de ejemplo se citan encuestas, visitas a empresas o cualesquiera otras de naturaleza análoga. Únicamente un máximo del 20% de los criterios de evaluación de un módulo podrán ser evaluados mediante este tipo de pruebas.

- En cada trimestre se realizará al menos una prueba objetiva individual, que permita conocer el rendimiento del alumno individualmente considerado así como su grado de aprendizaje.
- Las calificaciones obtenidas tras la celebración de las sesiones de evaluación trimestrales son calificaciones orientativas.

En base a este último punto, no se repetirá ninguna prueba de evaluación ni actividad evaluable ya que, caso de que el alumno no superara algún o algunos resultados de aprendizaje, dispondrá de dos ocasiones más, en el curso escolar, para poder superarlos:

- 1- Antes de la celebración de la segunda sesión de evaluación (mediados mes marzo), cuando se cumplan los requisitos que más adelante se describen.
- 2- A lo largo del tercer trimestre.

**Calificación y superación de los distintos módulos**

- Cada profesor ponderará los resultados de aprendizaje a evaluar en su módulo profesional así como los correspondientes criterios de evaluación, asignando para ello los porcentajes que estime convenientes.
- Deberán superarse todos los resultados de aprendizaje con al menos 5 puntos para que el módulo se considere aprobado.
- La calificación final del módulo se obtendrá multiplicando la calificación de cada resultado de aprendizaje por su ponderación correspondiente.

El alumno/a aprobará directamente el módulo correspondiente, en la segunda sesión de evaluación que se celebra a mediados de marzo, cuando concurran en él las siguientes características:

- No haber alcanzado el 25% de faltas de asistencia, calculadas estas sobre las horas totales asignadas al módulo correspondiente por la normativa vigente.
- Haber obtenido en el módulo una nota mínima global de 5 puntos, una vez ponderados todos los resultados de aprendizaje
- Haber superado todos y cada uno de los RA con al menos 5 puntos.

- Celebración de pruebas de evaluación, antes de la segunda sesión evaluación (mediados del mes de marzo), anterior a la realización del módulo FCT y, en su caso, Proyecto.

Antes de la celebración de la sesión de evaluación correspondiente al segundo trimestre se fijarán dos días para realizar pruebas de evaluación en los distintos módulos.

Estas pruebas podrán tener un carácter teórico, práctico, o bien, teórico-práctico, a juicio del profesor/a que imparte el módulo.

A esta prueba podrá presentarse el alumnado en el que concurran las siguientes características:

- No haber alcanzado el 25% de faltas de asistencia, calculadas estas sobre las horas totales asignadas al módulo correspondiente por la normativa vigente.
- Haber obtenido, en el módulo que se evalúa, una nota mínima global de 5 puntos, una vez ponderados todos sus RA.
- Tener aprobados al menos, el 50% de los resultados de aprendizaje de los que se compone el módulo.

- Si el alumno/a aprueba el RA/s que tuviera pendientes, aprueba el módulo correspondiente.
- Si el alumno no supera el RA/s que tuviera pendientes, tendrá que seguir asistiendo a clase durante el tercer trimestre.

Para cursar el módulo FCT y, en su caso, Proyecto, será requisito indispensable tener superados todos los módulos del ciclo formativo.

Así lo establece la Orden de 28 septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos de formación en centros de trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la C. A de Andalucía.

- Tercer trimestre: alumnado con RA pendientes y alumnado que desee mejorar los resultados obtenidos.

- El alumnado que tuviera algún o algunos resultados de aprendizaje pendientes de superar tendrá obligación de asistir a clase y continuar con las actividades lectivas durante el tercer trimestre, hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clases, que no será anterior al 22 de junio de cada año.

(Así lo establece la Orden de Evaluación que regula los ciclos formativos, de 29 de septiembre de 2010)

Deberá presentarse a las pruebas finales que se celebran a finales de junio. No obstante, durante este mes podrá realizar las pruebas evaluables que el profesor/a del módulo en cuestión estime convenientes.

- El alumnado de primer curso que desee mejorar los resultados obtenidos tendrá obligación de asistir a clase y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clases, que no será anterior al 22 de junio de cada año.

(Así lo establece la Orden de Evaluación que regula los ciclos formativos, de 29 de septiembre de 2010)

- El alumnado de segundo curso que desee mejorar los resultados obtenidos deberá presentarse a las pruebas finales que se celebran en el mes de junio y será evaluado de todos los resultados de aprendizaje del módulo en cuestión.

➤ **Excepciones al proceso de evaluación continua.**

El proceso de evaluación continua descrito anteriormente contempla una serie de excepciones:

1º) El ejercicio de derecho a huelga del alumnado.

La falta se considera justificada. No se computa dentro del porcentaje del 25%.

2º) Fallecimiento de familiar directo, concretamente, padres, hijos, abuelos y hermanos.

El alumno/a tendrá derecho a ausentarse de clase durante un período máximo de 5 días, los cuales no se computarán dentro del límite porcentual del 25%.

Caso de que durante su ausencia se hubiera realizado alguna prueba evaluable, se procederá a su repetición.

3º) Accidente o enfermedad grave del alumno/a que impide su asistencia al aula, documentalmente justificada.

Tras la incorporación del alumnado al aula continuará con el ritmo normal del curso en el que esté matriculado. Será evaluado, por tanto, de los criterios de evaluación o resultados de aprendizaje que sean impartidos a partir de su incorporación a clase.

- El equipo educativo determinará aumentar el límite porcentual de faltas de asistencia, que da derecho a la aplicación del proceso de evaluación continua, del 25% al 30%.

Para ello se tendrá en cuenta: la evolución académica del alumno/a, la responsabilidad que demuestre durante el transcurso del curso escolar y la asistencia regular o irregular a clase, antes y después de que se produjese el accidente o enfermedad grave que impida al alumno/a la asistencia a clase.

De esta decisión se levantará acta.

- Antes de la celebración de la sesión de evaluación correspondiente al segundo trimestre (mediados mes marzo), en los dos días que se fijen al respecto, podrá realizar las pruebas evaluables correspondientes a los resultados de aprendizaje o criterios de evaluación de los que no pudo ser evaluado durante su ausencia, siempre que tenga aprobados los demás RA con al menos 5 puntos y las faltas de asistencia a clase no excedan del límite porcentual del 25% o, en su caso, del 30%.

Caso contrario, deberá seguir asistiendo a clase durante el tercer trimestre y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clases, que no será anterior al 22 de junio.

Se le aplicará por tanto lo descrito en esta programación, concretamente en el apartado “Tercer trimestre: alumnado con RA pendientes y alumnado que desee mejorar los resultados obtenidos”

Si durante su ausencia, el alumno/a estuviera en condiciones adecuadas, podrá realizar en su domicilio actividades de refuerzo o de seguimiento de la materia.

#### 4º) Alumnado que se matricula en fecha posterior al inicio del curso escolar

Al alumnado que, una vez comenzado el curso escolar, se matricule en todos o alguno de los módulos del ciclo formativo, se le realizarán las pruebas o actividades evaluables que hubiesen sido propuestas por el profesor, desde el inicio del curso escolar hasta la fecha en que se produjera dicha matriculación.



La fecha de realización de las citadas pruebas o actividades evaluables será fijada por el profesor/a de cada módulo.

#### **10.4.3-No aplicación del proceso de evaluación continua**

El proceso de evaluación continua no será de aplicación cuando el alumno o alumna no asista a clase ni participe en las actividades programadas en los distintos módulos.

Se considera que un alumno no asiste a clase y no participa en las actividades programadas en los distintos módulos profesionales cuando, tomando como referencia el número de horas totales asignadas a un módulo profesional por la normativa vigente, dicho alumno alcanza el 25% de faltas de asistencia.

En este cómputo se incluyen tanto las faltas justificadas como las injustificadas.

Una vez que el alumno alcance el porcentaje de faltas de asistencia del 25% citado, habrá de presentarse directamente a las pruebas finales de evaluación que se celebran en el mes de junio y será evaluado de todos los resultados de aprendizaje del módulo en cuestión.

Será el tutor quien comunique al alumno, por la vía de comunicación PASEN o por cualquier otro medio del que pueda quedar constancia, que ha alcanzado el porcentaje de faltas de asistencia del 25%.

No obstante, antes de que esta situación tenga lugar, el alumno/a irá siendo informado de las faltas de asistencia por el profesor del módulo correspondiente.

#### **10.4.4. Instrumentos de evaluación**

Como instrumentos de calificación haremos uso de:

- Listas de control, cotejo o check list.
- Escalas de observación, de estimación o valoración (con 4 o 5 calificaciones. Ej. totalmente de acuerdo, parcialmente de acuerdo, parcialmente desacuerdo, totalmente desacuerdo).
- Solucionario, plantilla de corrección.
- Rúbricas. Mediante la cual se describe distintos niveles de calidad de una tarea o proyecto, dando un feedback informativo al alumnado sobre el desarrollo de su trabajo durante el proceso y permite diseccionar las tareas complejas que conforman una competencia en tareas más simples distribuidas de forma gradual y operativa.

## 11.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

La atención a la diversidad comprende el conjunto de actuaciones educativas dirigidas a dar respuesta a las diferentes capacidades, situaciones socioeconómicas, culturales o lingüísticas. Se incluyen también el alumnado de compensatoria.

Cuando en algún módulo profesional un profesor detecte que alguno de sus alumnos pueda necesitar de alguna medida de atención a la diversidad, esta deberá consistir únicamente en una **“Adecuación de la Programación Didáctica”**(ADP).

- Esta APD podrá afectar únicamente a la metodología utilizada con el alumno y a los instrumentos y procedimiento de evaluación.
- Nunca podrá afectar a los resultados de aprendizaje ni a los criterios de evaluación.
- El alumno al que se le aplique una “Adecuación de la Programación Didáctica” debe superar los mismos criterios de evaluación y alcanzar los resultados de aprendizaje que el resto de sus compañeros.
- Deberá realizarse de forma puntual, por ejemplo, en alguna o algunas unidades didácticas pero no de forma generalizada en todo el módulo profesional.
- También es importante **la acción tutorial**: caso de que el alumno sea menor de edad se debe contactar con los padres o tutores legales. Caso que sea mayor de edad sería conveniente que el tutor indagase cómo se siente el alumno en el aula, su interés o desinterés respecto al ciclo formativo que esté cursando, la relación con sus compañeros, etc.
- En el grupo-clase no se detecta a ningún alumno con NEAE

## 12. MEDIOS, ESPACIOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

Para la consecución de los objetivos propuestos en cada unidad didáctica, y teniendo en cuenta la metodología prevista, utilizaremos los siguientes recursos:

- Apuntes y actividades elaboradas por el profesor, que se facilitan al alumno en formato electrónico.
- Explicaciones verbales con el auxilio de esquemas, apuntes y bibliografía recomendada en cada una de las unidades.
- Elementos materiales de uso corriente en la empresa tales como: impresos, formularios, fichas, contratos, etc.

- Publicaciones actualizadas, tales como periódicos, revistas profesionales, revistas de contenido económico.
- Manejo y consulta de textos legales.

Las clases se van a impartir en el aula asignada a cada grupo, que estará dotada de:

- Ordenador del profesor.
- Cañón de video con audio
- Puestos informáticos a disposición de los alumnos.
- Pizarra.

En cuanto al uso de las TIC, la comunicación con el alumnado y la facilitación de material se realizará mediante google, correo electrónico, drive y la aplicación iPasen. Además, se fomentará el uso de las aplicaciones ofimáticas y de presentación más habituales (Excel, Word, Powerpoint, Canva...)

### 13. TEMAS TRANSVERSALES.

Los temas transversales dentro del currículo son un conjunto de contenidos de enseñanzas esencialmente actitudinales, que deben entrar a formar parte en las actividades planteadas en todos los módulos. En concreto, se hará especial hincapié en temas de educación ambiental, educación para la paz, educación del consumidor, educación vial, educación para la igualdad de oportunidades de ambos sexos,...

Para conseguirlo se utilizarán distintas herramientas:

- (ejemplo) La educación para la paz está asociada con la tolerancia, la no violencia, la cooperación, etc. Estos valores se trabajarán especialmente en aquellas actividades que pueden ser realizadas en grupo, de forma que se fomente una actitud de respeto y valoración positiva de las ideas y opiniones ajenas. También se refleja en las referencias sobre la integración de los discapacitados en el entorno laboral.

### 14. EVALUACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.

Al finalizar el curso escolar debemos analizar los procesos y los resultados obtenidos para sacar conclusiones que nos permitan mejorar de cara a los siguientes cursos.

Esto supone dos acciones fundamentales: la evaluación de la programación y su realización y las propuestas de mejora que se deducen de lo anterior

La **evaluación de la programación** supone el análisis del proceso de enseñanza-aprendizaje durante un curso escolar en un centro educativo concreto y con unas circunstancias también determinadas. Esta labor debe ser llevada a cabo por todo el departamento teniendo en cuenta las experiencias personales de todos los

componentes del mismo, así como los resultados y las opiniones de los alumnos, las indicaciones que realicen los tutores de FCT de las empresas donde se realizan las prácticas y la inserción laboral de los alumnos.

Hemos, a su vez, de comparar la situación con cursos anteriores, con otros centros y también contrastar algunas opiniones con el resto de profesores que imparten docencia en los mismos grupos, mediante reuniones de equipo educativo.

Las herramientas que se utilizarán para llevar a cabo esta evaluación serán, entre otras, cuestionarios al alumnado, cuestionarios de autoevaluación o fichas de seguimiento.

Una vez llevada a cabo la evaluación de la programación, si se detectan desviaciones en la planificación y resultados del proceso de enseñanza-aprendizaje, se llevarán a cabo **propuestas de mejora**. Estas modificaciones, de producirse, deben realizarse por escrito y con las debidas justificaciones que indiquen el porqué de esos cambios.

**El seguimiento de la programación y las propuestas de mejora se llevarán a cabo en el departamento, al menos una vez por evaluación.**

## **15. INTERDISCIPLINARIEDAD.**

Los miembros del equipo educativo procurarán la coordinación con el resto de los módulos, con el fin de no repetir conceptos o procedimientos ya aprendidos o bien para poder complementar los contenidos y actividades y, de ese modo, realizar un aprendizaje integrado y constructivo.

## **16. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

En el presente curso escolar nos remitimos a la programación general del departamento

## **17. FORMACIÓN PROFESIONAL EN ALTERNANCIA (FP DUAL)**

### **A) PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN.**

Tenemos alumnos que este año cursan el módulos ESCAPARATISMO Y DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES en alternancia.

En general, a todos los alumnos les será aplicable los mismos procedimientos de evaluación.

No obstante, será necesario tener en cuenta el rendimiento del alumnado durante el desarrollo de la fase de alternancia en la empresa.

Partiendo de esta premisa, en cada trimestre se obtendrá una nota trimestral que se obtendrá calculando la media ponderada entre la nota obtenida en el centro educativo y la obtenida en la empresa.

Los alumnos DUAL obtendrán su calificación teniendo en cuenta dos parámetros:

- 1.-El número de resultados de aprendizaje alcanzados (RA) en la empresa y en el centro educativo.
- 2.-El número de horas de este módulo que se distribuye en el centro educativo y en la empresa

Los porcentajes concretos a aplicar entre los citados centro educativo y centro de trabajo dependerán del número de *“concreciones de actividad “que el alumno realice en la empresa en el transcurso de cada uno de los períodos trimestrales. Estas concreciones de actividad aparecen reflejadas en el programa formativo de la empresa.*

Ello podrá observarse en la ficha de evaluación del desempeño que ha de cumplimentar la citada empresa ya que en ella quedan reflejadas las concreciones de actividad y los resultados de aprendizaje adquiridos por el alumno con su correspondiente valoración.

**B. RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ALCANZAR ENTRE LA EMPRESA Y EL CENTRO EDUCATIVO. CRITERIOS DE EVALUACIÓN A APLICAR. SE EXPLICAN A CONTINUACIÓN:**

MÓDULO PROFESIONAL		ESCAPARATISMO Y DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES	
RESULTADO DE APRENDIZAJE		RA.1. . Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman	
EMPRESA		CENTRO EDUCATIVO	
CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
		Estudio y conocimiento del cliente. - Comportamiento del consumidor en el establecimiento	a) Se ha analizado la información de la empresa, la

		<p>comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La realización del proceso de una compra.</li> <li>- Tipos de compra.</li> <li>- Determinantes internos del comportamiento del consumidor:</li> <li>- Condicionantes externos del comportamiento del consumidor.</li> <li>- La distribución y el marketing.</li> <li>- El merchandising.</li> <li>- Acciones de merchandising del fabricante.</li> <li>- Acciones de merchandising del distribuidor.</li> <li>- Acciones conjuntas de merchandising o trade marketing.</li> <li>- Funciones principales del merchandising.</li> <li>- Tipos de merchandising.</li> <li>- Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales.</li> </ul>	<p>competencia , el consumidor y el producto o servicio que resulta relevante para la definición de un espacio comercial.</p> <p>b) Se han utilizado las fuentes de información internas y externas, online y offline, necesarias para la realización de un proyecto de implantación.</p> <p>c) Se han identificado las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.</p> <p>d) Se han diseñado espacios comerciales respetando la normativa aplicable.</p> <p>e) Se han determinado los efectos psicológicos que producen en el</p>
--	--	---	--

			consumidor las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales.
--	--	--	--

MÓDULO PROFESIONAL		ESCAPARATISMO Y DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES	
RESULTADO DE APRENDIZAJE		RA. 2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.	
EMPRESA		CENTRO EDUCATIVO	
CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Puntos o zonas calientes y frías naturales del establecimiento.</li> <li>- Arquitectura exterior del establecimiento.</li> <li>- Determinación del punto de acceso en función de las zonas frías y calientes naturales.</li> <li>- Elementos exteriores.</li> <li>- La puerta y los sistemas de acceso.</li> <li>- La fachada.</li> <li>- La vía pública como elemento publicitario.</li> <li>- El rótulo exterior.</li> <li>- La iluminación exterior.</li> <li>- El escaparate.</li> <li>- El hall del establecimiento.</li> <li>- Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.</li> <li>- Elementos interiores.</li> <li>- Ambiente del establecimiento.</li> <li>- Distribución de los pasillos.</li> <li>- Implantación de las secciones.</li> <li>- Disposición del mobiliario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han definido las funciones y objetivos de la implantación</li> <li>b) Se han identificado los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores</li> <li>c) Se ha elaborado la información de base para la implantación de los elementos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Puntos o zonas calientes y frías naturales del establecimiento.</li> <li>- Arquitectura exterior del establecimiento.</li> <li>- Determinación del punto de acceso en función de las zonas frías y calientes naturales.</li> <li>- Elementos exteriores.</li> <li>- La puerta y los sistemas de acceso.</li> <li>- La fachada.</li> <li>- La vía pública como elemento publicitario.</li> <li>- El rótulo exterior.</li> <li>- La iluminación exterior.</li> <li>- El escaparate.</li> <li>- El hall del establecimiento.</li> <li>- Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.</li> <li>- Elementos interiores.</li> <li>- Ambiente del establecimiento.</li> <li>- Distribución de los pasillos.</li> <li>- Implantación de las secciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han definido las funciones y objetivos de la implantación.</li> <li>b) Se han identificado los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores.</li> <li>c) Se ha elaborado la información de base para la implantación de los elementos en el interior y en</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización del <i>layout</i> del establecimiento (esquema de distribución del establecimiento).</li> <li>- La circulación.</li> <li>- Normativa de seguridad e higiene.</li> </ul>	<p>en el interior y en el exterior del espacio comercial.</p> <p>d) Se han elaborado propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial.</p> <p>e) Se han establecido medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición del mobiliario.</li> <li>- Realización del <i>layout</i> del establecimiento (esquema de distribución del establecimiento).</li> <li>- La circulación.</li> <li>- Normativa de seguridad e higiene.</li> </ul>	<p>el exterior del espacio comercial.</p> <p>d) Se han elaborado propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial.</p> <p>e) Se han establecido medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento.</p>
--	---	---	---

MÓDULO PROFESIONAL		ESCAPARATISMO Y DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES	
RESULTADO DE APRENDIZAJE		RA.3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales	
EMPRESA		CENTRO EDUCATIVO	
CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de escaparates</li> <li>- Elementos del escaparate: <ul style="list-style-type: none"> <li>.El producto</li> <li>.Creatividad y psicología</li> <li>.La composición</li> </ul> </li> <li>- Temperatura del escaparate</li> <li>- Presupuesto de implantación del escaparate</li> <li>.Materiales</li> </ul>	<p>a) Se han elaborado proyectos de implantación, diseñando los elementos interiores y exteriores del establecimiento y</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de escaparates</li> <li>- Elementos del escaparate: <ul style="list-style-type: none"> <li>.El producto</li> <li>.Creatividad y psicología</li> <li>.La composición</li> </ul> </li> <li>- Temperatura del escaparate</li> <li>- Presupuesto de implantación del escaparate</li> <li>.Materiales</li> </ul>	<p>a) Se han elaborado proyectos de implantación, diseñando los elementos interiores y exteriores del establecimiento</p>

<p>.Recursos humanos .Criterios económicos y comerciales en la implantación -Incidencias en la implantación: medidas correctoras</p>	<p>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</p>	<p>.Recursos humanos .Criterios económicos y comerciales en la implantación -Incidencias en la implantación: medidas correctoras</p>	<p>nto 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</p>
--	---	--	--

	medidas para la resolución de las posibles incidencias surgidas en el proceso de organización y ejecución de la implantación		comercial. e) Se han propuesto medidas para la resolución de las posibles incidencias surgidas en el proceso de organización y ejecución de la implantación
--	--	--	--

MÓDULO PROFESIONAL		ESCAPARATISMO Y DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES	
RESULTADO DE APRENDIZAJE		RA.-4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.	
EMPRESA		CENTRO EDUCATIVO	
CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escaparate y comunicación: <ul style="list-style-type: none"> <li>.Función vendedora del escaparate</li> <li>. Objetivos de un escaparate</li> </ul> </li> <li>- Percepción y memoria selectiva: <ul style="list-style-type: none"> <li>.Grados de atracción visual</li> <li>.Teoría de la percepción</li> </ul> </li> <li>- Imagen: <ul style="list-style-type: none"> <li>. Figura y fondo</li> <li>.Contraste y afinidad</li> <li>. Asimetría y simetría</li> </ul> </li> <li>- Forma y materia: <ul style="list-style-type: none"> <li>.Punto y línea</li> <li>.Formas geométricas</li> </ul> </li> <li>- Eficacia del escaparate: <ul style="list-style-type: none"> <li>.Cálculo de ratios de control de la eficacia del escaparate</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los efectos psicológicos de las distintas técnicas de Escaparatismo sobre el consumidor</li> <li>b) Se han establecido las funciones y objetivos de un escaparate</li> <li>c) Se ha valorado el</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escaparate y comunicación: <ul style="list-style-type: none"> <li>.Función vendedora del escaparate</li> <li>. Objetivos de un escaparate</li> </ul> </li> <li>- Percepción y memoria selectiva: <ul style="list-style-type: none"> <li>.Grados de atracción visual</li> <li>.Teoría de la percepción</li> </ul> </li> <li>- Imagen: <ul style="list-style-type: none"> <li>. Figura y fondo</li> <li>.Contraste y afinidad</li> <li>. Asimetría y simetría</li> </ul> </li> <li>- Forma y materia: <ul style="list-style-type: none"> <li>.Punto y línea</li> <li>.Formas geométricas</li> </ul> </li> <li>- Eficacia del escaparate: <ul style="list-style-type: none"> <li>.Cálculo de ratios de control de la eficacia del escaparate</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los efectos psicológicos de las distintas técnicas de Escaparatismo sobre el consumidor.</li> <li>b) Se han establecido las funciones y objetivos de un escaparate</li> <li>c) Se ha valorado el</li> </ul>

	<p>impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.</p> <p>d) Se han definido los criterios de selección de materiales para un escaparate , en función de una clientela potencial y unos efectos deseados.</p> <p>e) Se ha analizado el diseño y montaje de distintos escaparates.</p> <p>f) Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate.</p>		<p>impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.</p> <p>d) Se han definido los criterios de selección de materiales para un escaparate , en función de una clientela potencial y unos efectos deseados.</p> <p>e) Se ha analizado el diseño y montaje de distintos escaparates.</p> <p>f) Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate.</p>
--	---	--	---

MÓDULO PROFESIONAL		ESCAPARATISMO Y DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES	
RESULTADO DE APRENDIZAJE		RA. 5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.	
EMPRESA		CENTRO EDUCATIVO	
CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
		5.1.1. Concepto y características	a) Se han seleccionad

		<p>5.1.2. Psicología y fisiología del color</p> <p><b>5.8.</b> Iluminación</p> <p>5.2.1. Concepto y características</p> <p>5.2.2. Potencia de luz en un escaparate</p> <p>5.2.3. Tipos de lámparas</p> <p><b>5.9.</b> Elementos para la animación del escaparate</p> <p><b>5.10.</b> Aspectos esenciales del escaparate</p> <p><b>5.11.</b> Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates</p> <p><b>5.12.</b> Bocetos de escaparates</p> <p>Programas informáticos de diseño y distribución de espacios</p>	<p>o los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.</p> <p>b) Se han aplicado distintas técnicas de Escaparatismo, teniendo en cuenta los efectos psicológicos de las mismas en el consumidor.</p> <p>c) Se han seleccionado o distintas combinaciones de color para conseguir diferentes efectos visuales.</p> <p>d) Se han aplicado técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño según los objetivos definidos.</p> <p>e) Se han utilizado</p>
--	--	--	--

			herramientas informáticas para la distribución de espacios en el diseño de los escaparates.
--	--	--	---

MÓDULO PROFESIONAL		ESCAPARATISMO Y DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES	
RESULTADO DE APRENDIZAJE		RA.-6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.	
EMPRESA		CENTRO EDUCATIVO	
CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS/ACTIVIDADES FORMATIVAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
		<b>6.7</b> Planificación de actividades 6.1.1. Actividades de planificación 6.1.2. Montaje y colocación del escaparate <b>6.8</b> Materiales y medios 6.2.1. Materiales estructurales 6.2.2. Materiales de revestimiento 6.2.3. Herramientas <b>6.9</b> Cronograma del montaje <b>6.10</b> Técnicas que se utilizan habitualmente para el montaje de un escaparate <b>6.11</b> Presupuesto 6.5.1. Métodos de cálculo de presupuestos 6.5.2. Cálculo de costes de montaje <b>6.12</b> Programas	a) Se ha analizado la terminología básica de proyectos de Escaparatismo. b) Se ha interpretado o la documentación técnica y los objetivos del proyecto de escaparate. c) Se han seleccionado los materiales y la iluminación adecuados. d) Se ha

		<p>informáticos de diseño 6.6.1. GIMP</p>	<p>organizado la ejecución del montaje de escaparates previamente definidos. e) Se ha realizado la composición y el montaje de escaparates</p>
--	--	---	--