



Hoja informativa del módulo profesional pendiente:

1231 Dinamización del Punto de Venta

1º Curso CFGM

Técnico de Actividades Comerciales

Berta Delgado Quintana

Departamento de Comercio y Marketing

I.E.S. Las llamas

Santander

2023-2024

ÍNDICE

1. Unidades didácticas del módulo profesional	3
2. Distribución temporal.....	3
3. Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación.....	4
4. Procedimientos, instrumentos de evaluación y criterios de calificación	7
5. Aspectos curriculares mínimos para superar el módulo	8
6. Instrucciones para la entrega de tareas	11
7. Tutoría	11
8. Recursos didácticos	11

1. Unidades didácticas del módulo profesional

Tema 1. EL CONSUMIDOR.

Tema 2. LA DINAMIZACION DEL PUNTO DE VENTA Y EL MERCHANDISING

Tema 3. ORGANIZACIÓN Y DISEÑO DEL PUNTO DE VENTA

Tema 4. CIRCULACION DEL CONSUMIDOR EN EL PUNTO DE VENTA

Tema 5. EL SURTIDO

Tema 6. EL LINEAL

Tema 7. ELEMENTOS EXTERIORES DEL PUNTO DE VENTA

Tema 8. ESCAPARATISMO

Tema 9. ESCAPARATISMO

Tema 10 PROMOCIONES DE VENTAS

Tema 11. PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA

2. Distribución temporal

Los contenidos se distribuirán en un plan de trabajo para las 7 unidades didácticas. Se propondrán al alumnado actividades de recuperación, que deberá ir entregando en las fechas indicadas a continuación.

CONTENIDOS	FECHA MÁXIMA DE ENTREGA
T1 El consumidor	6 de noviembre de 2023
T2 La dinamización del punto de venta y el merchandising	
T3 Organización y diseño del punto de venta	
T4 Circulación del consumidor en el punto de venta	4 de diciembre de 2023
T5 El surtido.	
T6 El lineal	
T7 Elementos exteriores del punto de venta.	29 de enero de 2024
T8 Escaparatismo	
T9 Elaboración del escaparate	
T10 Promociones de ventas	22 de diciembre de 2023
T11. Publicidad en el lugar de venta	

Las actividades de recuperación consistirán en realizar supuestos teóricos y prácticos en relación con

ENTREGA	FECHA MÁXIMA DE ENTREGA	ACTIVIDAD A REALIAR
1ª	6 de noviembre de 2023	Ejercicios teóricos sobre el consumidor, el merchandising y organización y diseño de un punto de venta y aplicación práctica a un punto de venta
2ª	4 de diciembre de 2023	Ejercicios teóricos sobre circulación, surtido y lineal y aplicación práctica a un punto de venta
3ª	22 de diciembre de 2023	Ejercicios teóricos sobre PLV y promoción y aplicación práctica a un punto de venta
4ª	29 de enero de 2024	Ejercicios teóricos sobre escaparatismo

3. Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación

RA 1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los trámites oportunos para la obtención de licencias y autorizaciones de elementos externos en la vía pública.
- b) Se han dispuesto los elementos de la tienda, mobiliario y exposición, según las necesidades de la superficie de venta.
- c) Se han determinado las principales técnicas de merchandising que se utilizan en la distribución de una superficie de venta.
- d) Se han definido las características de una zona fría y de una zona caliente en un establecimiento comercial.
- e) Se han determinado métodos para reducir barreras psicológicas y físicas de acceso al establecimiento comercial.
- f) Se han descrito las medidas que se aplican en los establecimientos comerciales para conseguir que la circulación de la clientela sea fluida y pueda permanecer el máximo tiempo posible en el interior.
- g) Se han descrito los criterios que se utilizan en la distribución lineal del suelo por familia de productos, explicando ventajas e inconvenientes.
- h) Se ha identificado la normativa de seguridad e higiene vigente referida a la distribución en planta de una superficie comercial.

RA 2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han delimitado las dimensiones del surtido de productos.
- b) Se ha establecido el número de referencias según características de los productos, espacio disponible y tipo de lineal.
- c) Se han realizado simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial.
- d) Se han analizado los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.
- e) Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente.
- f) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición.
- g) Se han interpretado planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.
- h) Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.

RA 3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha animado y decorado el establecimiento según la planificación anual, dinamizándolo según la política comercial del establecimiento.
- b) Se ha realizado papelería según el libro de estilo corporativo de un establecimiento.
- c) Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor.
- d) Se han elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética.
- e) Se han creado mensajes que se quieren transmitir al cliente, mediante las técnicas de rotulación, combinando diferentes materiales que consigan la armonización entre forma, textura y color.
- f) Se han utilizado programas informáticos de edición, realizando carteles para el establecimiento.
- g) Se han montado los elementos decorativos en condiciones de seguridad y prevención de riesgos laborales.

RA 4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha analizado un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de establecimientos comerciales.
- b) Se han explicado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas

utilizadas en escaparatismo.

c) Se han argumentado las funciones y objetivos que puede tener un escaparate.

d) Se han definido los criterios de valoración del impacto que puede producir un escaparate en el volumen de ventas.

e) Se han especificado los criterios de selección de los materiales que se van a utilizar y el presupuesto disponible.

f) Se han definido los criterios de composición y montaje de los escaparates, atendiendo a criterios comerciales.

g) Se han diseñado escaparates, aplicando los métodos adecuados y las técnicas precisas, según un boceto.

h) Se han montado escaparates con diferentes objetivos comerciales.

RA 5. Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes.

Criterios de evaluación:

a) Se han descrito los distintos medios promocionales que habitualmente se utilizan en un pequeño establecimiento comercial.

b) Se han enumerado las principales técnicas psicológicas que se aplican en una acción promocional.

c) Se han considerado las situaciones susceptibles de introducir una acción promocional.

d) Se han programado, según las necesidades comerciales y el presupuesto, las acciones más adecuadas.

e) Se ha seleccionado la acción promocional más adecuada para los diferentes objetivos comerciales.

RA 6. Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.

Criterios de evaluación:

a) Se ha establecido el procedimiento de obtención del valor de los ratios de control.

b) Se han descrito los instrumentos de medida que se utilizan para valorar la eficacia de una acción promocional.

c) Se han calculado los ratios que se utilizan para el control de las acciones de merchandising.

d) Se ha evaluado la eficacia de la acción promocional, utilizando los principales ratios que la cuantifican.

e) Se han realizado informes, interpretando y argumentando los resultados obtenidos.

4.Procedimientos, instrumentos de evaluación y criterios de calificación

El alumnado que promocione a segundo curso con el módulo pendiente se examinará en el mes de febrero. La materia a evaluar será la que se impartió en el curso anterior y la prueba versará sobre los contenidos del módulo.

Para realizar el seguimiento de este alumnado se proporcionarán actividades a realizar con carácter voluntario, con un calendario de entrega de las mismas.

Los instrumentos de evaluación y los criterios de calificación son los siguientes:

- **Trabajo del alumnado** (coeficiente de ponderación: 10%), a través de las actividades propuestas por la profesora para el periodo septiembre 2023- enero 2024. Los contenidos de estas actividades serán los vistos durante el curso 2022/2023.
- **Prueba escrita** (Coeficiente de ponderación: 60%). Se realizará una prueba individual escrita presencial en el mes de febrero de 2024 con tres partes diferenciadas de los contenidos desarrollados en el curso 2022/23.

Instrumento de evaluación	Criterio de calificación
Prueba: contenidos 1ª evaluación	45%
Prueba: contenidos 2ª evaluación	45%
Prueba: contenidos 3ª evaluación	10%

La prueba escrita contendrá preguntas y actividades del mismo tipo que las desarrolladas en las actividades propuestas, Podrán constar de:

- Cuestiones para desarrollar.
- Selección de la respuesta correcta.
- Justificación de verdadero o falso.
- Preguntas de reflexión y razonamiento
- Definición de conceptos básicos.
- Casos prácticos de resolución de problemas donde prime el razonamiento de los resultados por parte del alumno.
- Análisis de un texto de actualidad.
- Cuestiones para identificar, definir, relacionar, explicar, enumerar, diferenciar, etc, conceptos estudiados.

La prueba puede contener parte o todos los apartados anteriores. La estructura de cada prueba y la valoración numérica de los apartados que contenga será expuesta al alumnado antes de la realización de la misma.

- **Diseño y plan de montaje de un escaparate** (Coeficiente de ponderación: 30%.) Debido al carácter eminentemente práctico de la tercera evaluación del módulo y ante la imposibilidad de montar un escaparate para comprobar la adquisición del RA4 se propondrá, además de la parte específica en la prueba anterior, la realización de un plan de montaje de un escaparate. Para valorar el plan de montaje del escaparate se utilizarán los siguientes instrumentos de evaluación:

Instrumento de evaluación	Criterio de calificación
Boceto	35%
Presupuesto	10%
Plan de montaje	20%
Justificación del escaparate	35%

Para superar el módulo, el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación total positiva igual o superior a 5.

La nota final del módulo será el resultado de aplicar la ponderación descrita, sin decimales.

En el supuesto de que el alumno no supere el módulo en el mes de febrero, deberá realizar las actividades programadas para el periodo marzo-mayo 2024, realizar la prueba de recuperación en junio de 2024 y el diseño y plan de montaje del escaparate. La materia a evaluar será la que se impartió en el curso anterior y la prueba versará sobre los contenidos mínimos del módulo.

Para realizar el seguimiento de este alumnado se proporcionarán actividades a realizar con carácter voluntario, con un calendario de entrega de las mismas. Los criterios de calificación serán los mismos que los descritos anteriormente.

Para superar el módulo, el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación total positiva igual o superior a 5.

5. Aspectos curriculares mínimos para superar el módulo

Organización de la superficie comercial:

- Normativa y trámites administrativos en la apertura e implantación.
- Recursos humanos y materiales en el punto de venta.
- Técnicas de merchandising.
- Distribución de los pasillos.
- Implantación de las secciones.
- Comportamiento del cliente en el punto de venta.
- Determinantes del comportamiento del consumidor.
- Condicionantes externos del comportamiento del consumidor.
- Zonas calientes y zonas frías.

- Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales.

Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta:

- Estructura del surtido.
- Caracterización del surtido.
- Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido.
- Métodos de determinación del surtido.
- La amplitud del surtido.
- La anchura del surtido.
- La profundidad del surtido.
- Elección de referencias.
- Umbral de supresión de referencias.
- Disposición del mobiliario.
- Clasificación de productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación.
- Definición y funciones del lineal.
- Zonas y niveles del lineal.
- Sistemas de reparto del lineal.
- Sistemas de reposición del lineal.
- Tipos de exposiciones del lineal.
- Lineal óptimo.
- Lineal mínimo.
- Características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos.
- Tiempos de exposición.
- Los facings. Reglas de implantación.
- Normativa vigente.

Realización de publicidad en el lugar de venta:

- La publicidad en el lugar de venta (PLV).
- Formas publicitarias específicas de la publicidad en el lugar de venta (PLV).
- Cartelería en el punto de venta.
- Tipos de elementos de publicidad: stoppers, pancartas, displays y carteles, entre otros.
- Normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.

Realización de escaparates y cuidado de elementos exteriores:

- Elementos exteriores.
- Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.

- El escaparate: clases de escaparates.
- Presupuesto de implantación de escaparate.
- Cronograma.
- Criterios económicos y comerciales en la implantación.
- Incidencias en la implantación. Medidas correctoras.
- El escaparate y la comunicación.
- La percepción y la memoria selectiva.
- La imagen.
- La asimetría y la simetría.
- Las formas geométricas.
- Eficacia del escaparate: ratios de control.
- El color en la definición del escaparate: psicología y fisiología del color.
- Iluminación en escaparatismo.
- Elementos para la animación del escaparate: módulos, carteles, señalización y otros.
- Aspectos esenciales del escaparate.

Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates.

- Bocetos de escaparates.
- Programas informáticos de diseño y distribución de espacios.
- Planificación de actividades.
- Materiales y medios.
- Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate y elementos exteriores.

Determinación de acciones promocionales:

- El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos.
- El mix de comunicación: tipos y formas.
- Políticas de comunicación.
- Promociones de fabricante.
- Promociones de distribuidor.
- Promociones dirigidas al consumidor.
- Productos gancho y productos estrella.
- La publicidad en el lugar de venta.
- La promoción de ventas.
- Relaciones públicas.
- Elaboración de informes sobre política de comunicación utilizando aplicaciones informáticas.
- Ejecución de las campañas.
- Efectos psicológicos y sociológicos de las promociones en el consumidor.
- Normativa de seguridad e higiene en la realización de promociones de ventas.

Aplicación de métodos de control de acciones de merchandising:

- Adecuación promocional al establecimiento y a la planificación anual, mensual o semanal.
- Criterios de control de las acciones promocionales.
- Índices y ratios económico financieros: margen bruto, tasa de marca, stock medio, rotación del stock y rentabilidad bruta, entre otros.
- Análisis de resultados.
- Ratios de control de eficacia de acciones promocionales.
- Aplicación de medidas correctoras.

6. Instrucciones para la entrega de tareas

Las actividades se proporcionarán al alumnado a través de correo electrónico, utilizando la cuenta de Educantabria. La primera entrega se proporcionará al alumnado antes del 7 de octubre. Las siguientes entregas se proporcionarán al finalizar el plazo de la entrega anterior (28 de octubre, 25 de noviembre y 22 de diciembre de 2022).

El alumnado entregará a la profesora las actividades resueltas a través de correo electrónico, utilizando la cuenta de Educantabria, en un máximo de 3 archivos en formato .pdf. No se corregirá ni valorará ninguna actividad entregada fuera del plazo marcado para ello en el apartado 2.

7. Tutoría

La atención de tutoría se realizará bajo petición del alumnado al correo electrónico del profesor: bdelgadoq01@educantabria.es

Esta tutoría podrá ser realizada a través de las herramientas de Microsoft Office o en los recreos.

8. Recursos didácticos

Apuntes de la profesora colgados en Temas.