

## **NOTA INFORMATIVA**

### **HOJA INFORMATIVA PARA EL ALUMNADO DEL MÓDULO 0927 GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PROMOCIONES EN EL PUNTO DE VENTA.**

**CURSO 2018/2019**

#### **CONTENIDOS**

##### 1. Determinación de la dimensión del surtido de productos:

- Clasificación de productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación.
- Características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos.
- 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.
- La coherencia del surtido.
- La notoriedad y esenciabilidad del surtido.
- Elección de referencias.
- Número máximo, mínimo y normal de referencias.
- Umbral de supresión de referencias.
- Programas informáticos de gestión de surtido.

##### 2. Determinación del procedimiento de implantación del surtido de productos y/o servicios en los lineales:

- 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.
- Tiempos de exposición
- Criterios comerciales y de organización.
- Gestión de categorías de productos.
- Los *facings*. Reglas de implantación.
- Organización del trabajo de implantación.
- Normativa aplicable a la implantación de productos.
- Aplicaciones informáticas de optimización de lineales.

##### 3. Cálculo de la rentabilidad de la implantación del surtido:

- Instrumentos de control cuantitativos y cualitativos.
- Parámetros de gestión por categorías: margen bruto, cifra de facturación, beneficio bruto, índices de circulación, atracción y compra, entre otros.
- Rentabilidad directa del producto.
- Ratios económicos-financieros.
- Análisis de resultados.
- Medidas correctoras: supresión e introducción de referencias.
- Hojas de cálculo.
- Elasticidad del lineal.
- Gestión del *stock* del lineal.
- Control del aprovisionamiento del lineal.

#### 4. Diseño de las acciones promocionales en el punto de venta:

- Comunicación comercial.
- Publicidad y promoción.
- Marketing directo.
- Público objetivo.
- Promociones de fabricante.
- Promociones de distribuidor.
- Promociones dirigidas al consumidor.
- Animación de puntos calientes y fríos.
- Indicadores visuales.
- Productos gancho y productos estrella.
- Centros de atención.
- Centros de información en el punto de venta.
- La publicidad en el lugar de venta (PLV)
- Tipos de elementos de publicidad: *stoppers*, pancartas, *displays* y carteles, entre otros.
- Señalética en el punto de venta.
- Cartelística y folletos en el punto de venta.
- Técnicas de rotulación.
- Programas informáticos de rotulación, diseño de carteles y folletos.
- Mensajes promocionales.

#### 5. Determinación de los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta:

- Perfil del personal de promociones comerciales.
- Utilización de personajes famosos, azafatas, artistas, modelos, expertos y monitores, entre otros.
- Tipología de clientes.

- Formación de personal de promociones comerciales.
- Normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales en el punto de venta.
- Técnicas de manipulación de productos.
- Técnicas de liderazgo.
- Técnicas de trabajo en equipo.

6. Control de la eficiencia de las acciones promocionales:

- 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.

### DISTRIBUCIÓN TEMPORAL

UT	UNIDADES DE TRABAJO	HORAS	
0	Presentación	1	1ª EVALUACIÓN
1	Identificación del producto	9	
2	El surtido en el punto de venta	9	
3	Organización del lineal	9	
4	La gestión del surtido	10	
5	Medios de comunicación comercial	10	2ª EVALUACIÓN
6	Promociones en el punto de venta	9	
7	Control de las acciones promocionales	9	
8	El personal y las promociones comerciales	9	

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo vienen establecidos en el **REAL DECRETO 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, y en la **Orden ECD/92/2013, de 14 de agosto**, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Los resultados de aprendizaje son los siguientes:

RA 1. Determina la dimensión del surtido de productos, definiendo el posicionamiento estratégico para conseguir la gestión óptima del establecimiento.

RA 2. Determina el procedimiento de implantación del surtido de productos en los lineales según criterios comerciales, optimizando las operaciones de mantenimiento y reposición.

RA 3. Calcula la rentabilidad de la implantación del surtido, analizando y corrigiendo las posibles desviaciones sobre los objetivos propuestos.

RA 4. Diseña acciones promocionales en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising adecuadas

RA 5. Determina los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta, definiendo el perfil del candidato y las acciones formativas según el presupuesto disponible  
promocionales

RA 6. Controla la eficiencia de las acciones promocionales, adoptando medidas que optimicen la gestión de la actividad.

Entre los criterios de evaluación recogidos en la **Orden ECD/92/2013, de 14 de agosto**, se encuentran:

- Se ha elegido el surtido de productos de acuerdo con la información comercial disponible.
- Se ha determinado el número de referencias de cada familia de productos y servicios según objetivos comerciales.
- Se han realizado estudios de análisis de la competencia y de expectativas del consumidor para mejorar la elección del surtido.
- Se han establecido los niveles de exposición del lineal, atendiendo a su valor comercial.
- Se han utilizado los diferentes instrumentos cualitativos y cuantitativos así como los parámetros de gestión y calidad, para valorar de forma periódica la implantación de los productos.
- Se ha definido la forma y el contenido del mensaje promocional, de acuerdo con el plan de ventas o promoción.
- Se han seleccionado los materiales y soportes comerciales necesarios para las acciones promocionales.
- Se ha definido el perfil del personal de promoción necesario para desarrollar las diferentes acciones promocionales.
- Se han determinado las acciones formativas adecuadas al personal de promoción, en función de las diferentes características del producto y aplicando técnicas de liderazgo y trabajo en equipo.

- Se han identificado los diferentes tipos de clientes, para proporcionarles la adecuada atención e información durante la acción promocional.
- Se han elaborado test y encuestas de valoración de las campañas promocionales que nos permitan obtener información sobre su rentabilidad y eficacia.
- Se han establecido procedimientos de control que permitan detectar desviaciones respecto a los objetivos.

**La calificación del módulo se obtendrá del siguiente modo:**

- Se llevará a cabo al menos una prueba teórico-práctica trimestral, que podrá consistir en la realización de preguntas de desarrollo, preguntas cortas y/o test y/o ejercicios numéricos, para evaluar la adquisición de conocimientos y capacidades. Este tipo de pruebas serán valoradas en orden a la precisión de las respuestas ofrecidas y a la corrección gramatical y ortográfica demostrada por el alumno. El resultado se ponderará en un **80%** para obtener la calificación final del módulo.
- La realización y participación en actividades individuales o por equipos, así como la ejecución de los trabajos propuestos, supondrá el **20%** de la calificación final. En este caso se valorará la integración de los conocimientos adquiridos en el módulo, la capacidad de síntesis y las habilidades comunicativas adquiridas durante la presentación de los trabajos. La actitud del alumno será verificada por medio de hábitos de escucha activa y de la participación efectiva en las diferentes actividades didácticas.

Criterios para la recuperación del módulo

Aquellos alumnos que hayan presentado todos los trabajos y actividades exigidos en tiempo y forma durante el trimestre y no superen la prueba teórico-práctica, podrán realizar un examen para recuperar la materia suspensa.

Aquellos alumnos que no hayan presentado los trabajos en tiempo y forma tendrán una recuperación que podrá consistir en la presentación de un trabajo o tarea propuesto por la profesora, que se defenderá en clase y que supondrá el 20% de la nota y un examen sobre los contenidos del módulo que puntuará el 80% de la nota de recuperación del módulo.

Calificación final del módulo

La calificación final del módulo resultará de obtener la media aritmética de las notas de las evaluaciones superadas. Cada alumno tendrá derecho, en su caso, a una prueba ordinaria en el mes de marzo (1ª convocatoria ordinaria). Para aquellos alumnos que suspendan el módulo en la primera convocatoria ordinaria del mes de marzo se realizará otra prueba en junio (2ª convocatoria ordinaria) con los contenidos de las evaluaciones no superadas.

Normas sobre prácticas fraudulentas

En lo relativo a la realización de prácticas fraudulentas en exámenes o trabajos, se estará a lo recogido en las normas elaboradas por el departamento de Comercio y Marketing.

## **FRAUDES EN LAS PRUEBAS Y PROCESOS DE EVALUACIÓN ACADÉMICA**

### **PRÁCTICAS CONSIDERADAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN ACADÉMICA**

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES “Las Llamas” las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.
5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.
6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.
7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.
8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.
9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.
10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.

12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.

13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.

14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

### **CONSECUENCIAS DE LA COMISIÓN DE PRÁCTICAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES**

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.