

# Hoja informativa para el alumnado del módulo de EDE Escaparatismo y Diseño de Espacios Comerciales.

Módulo Profesional: Escaparatismo y Diseño de Espacios Comerciales.

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 0926

Duración: 75 horas.

Asignación horaria: 4 horas/semana.

## 1. RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS, CONTENIDOS, RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

### **U0.- Introducción**

- **Objetivos**

Presentar el módulo: objetivos, contenidos y criterios de evaluación.

- **Contenidos**

Introducción al merchandising.

Importancia del diseño y la implantación de espacios comerciales en la distribución actual.

### **U1.- El escaparate: elementos, función y composición.**

*RA 4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.*

- **Objetivos:**

Establecer las funciones y objetivos de un escaparate.

Identificar los efectos psicológicos de las distintas técnicas de escaparatismo sobre el consumidor.

Analizar el diseño del escaparate comercial.

- **Contenidos:**

- Tipos de escaparates.

- Según su ubicación
- Según la presentación del escaparate
- Según el producto que presenta

- Elementos del escaparate: la mercancía, la creatividad, la composición y la psicología.

- La temperatura del escaparate: a nivel vertical y a nivel horizontal.
- El escaparate y la comunicación.
- La percepción y la memoria selectiva.
- La imagen: figura y fondo, contraste y afinidad ,forma y materia.
- La asimetría y la simetría: el punto, la línea, la línea discontinua y el zigzag, las ondas, la curva, los arcos concéntricos, la línea vertical, horizontal, oblicua ascendente y descendente, el ángulo y las paralelas.
- Las formas geométricas: círculo, óvalo, triángulo, triángulo romo, rombo, cuadrado y rectángulo, entre otras formas.

- **Criterios de evaluación:**

Se han identificado los efectos psicológicos de las distintas técnicas de escaparatismo sobre el consumidor.

Se han establecido las funciones y objetivos de un escaparate.

Se han definido los criterios de selección de materiales para un escaparate, en función de una clientela potencial y unos efectos deseados.

Se ha analizado el diseño y montaje de distintos escaparates.

Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate.

## **U2 Diseño del escaparate.**

*RA 5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.*

- **Objetivos:**

Seleccionar los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.

Aplicar distintas técnicas de escaparatismo, teniendo en cuenta los efectos psicológicos de las mismas en el consumidor o la consumidora.

Seleccionar distintas combinaciones de color para conseguir diferentes efectos visuales.

Aplicar técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño según los objetivos definidos

- **Contenidos:**

- El color en la definición del escaparate:

- La percepción del color
- Cualidades del color
- Clasificación de los colores: básicos, complementarios, binarios, fríos, otros

- Psicología y fisiología del color.
- Iluminación en escaparatismo:
  - Sistemas de iluminación
  - Sombras y color
  - Potencia adecuada de un escaparate
  - Tipos de lámparas
- Elementos para la animación del escaparate:
  - módulos,
  - carteles y señalización
  - otros
- Aspectos esenciales del escaparate:
  - colocación,
  - limpieza,
  - rotación,
  - precios,
  - promociones,
  - ambientación.
- Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates.
- Bocetos de escaparates.
- Programas informáticos de diseño y distribución de espacios.

- ***Criterios de evaluación:***

Se han seleccionado los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.

Se han aplicado distintas técnicas de escaparatismo, teniendo en cuenta los efectos psicológicos de las mismas en el consumidor.

Se han seleccionado distintas combinaciones de color para conseguir diferentes efectos visuales.

Se han aplicado técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño según los objetivos definidos.

Se han utilizado herramientas informáticas para la distribución de espacios en el diseño de los escaparates.

### ***U3.- Proyecto de implantación del escaparate y medidas de eficacia.***

RA 3. *Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales.*

RA 4. *Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.*

- **Objetivos:**

Elaborar proyectos y presupuestos de implantación de escaparates.

Realizar cronogramas de implantación de escaparate.

Valorar el impacto/eficacia del escaparate.

- **Contenidos:**

- Presupuesto de implantación del escaparate.

- Realización del cronograma o planificación temporal del escaparate.

- Recursos humanos y materiales necesarios para la implantación efectiva.

- Criterios económicos y comerciales en la implantación.

- Costes de implantación.

- Incidencias en la implantación. Medidas correctoras.

- Presupuesto del escaparate comercial.

- Métodos de cálculo de presupuestos.

- Cálculo de costes de montaje de escaparates: coste de mano de obra, coste de recursos y equipamiento y coste de mantenimiento y ambientación.

- Eficacia del escaparate.

- Cálculo de ratios de control de la eficacia del escaparate:

- Ratio de atracción.

- Ratio de convicción.

- Ratio de efectividad.

- Otros ratios.

- **Criterios de evaluación:**

Se han elaborado proyectos de implantación, diseñando los elementos interiores y exteriores del establecimiento y atendiendo a criterios de rentabilidad e imagen de empresa.

Se han elaborado presupuestos de implantación, valorando económicamente los elementos internos y externos de la misma y determinando los recursos humanos y materiales necesarios.

Se han evaluado las necesidades de recursos humanos y materiales necesarios para su implantación efectiva

Se han confeccionado cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos que han de realizarse.

Se han aplicado criterios económicos y comerciales para la ejecución de la implantación en el espacio comercial.

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

Se ha valorado el impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.

#### ***U4.- Organización del montaje del escaparate comercial.***

*RA 6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.*

- **Objetivos:**

Interpretar la documentación técnica y los objetivos del proyecto de escaparate.

Seleccionar los materiales y la iluminación adecuados.

Organizar la ejecución del montaje de escaparates.

Realizar la composición y el montaje de escaparates.

- **Contenidos:**

- Planificación de actividades.

- Materiales y medios

- Materiales de ambientación
- Elementos móviles, equipamientos técnicos y sistemas de animación
- Elementos fijos
- Maniqués
- Criterios de selección

- Cronograma de montaje.

- Técnicas que se utilizan habitualmente para el montaje de escaparates.

- Programas informáticos utilizados en la gestión de tareas y proyectos.

- **Criterios de evaluación:**

Se ha analizado la terminología básica de proyectos de escaparatismo.

Se ha interpretado la documentación técnica y los objetivos del proyecto de escaparate.

Se han seleccionado los materiales y la iluminación adecuados.

Se ha organizado la ejecución del montaje de escaparates previamente definidos.

Se ha realizado la composición y el montaje de escaparates.

#### **U5.- Conocimiento y aplicación del merchandising.**

*RA 1: Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.*

- **Objetivos**

Análizar la información de la empresa, la competencia, el consumidor y el producto o servicio que resulta relevante para la definición de un espacio comercial.

Identificar las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.

- **Contenidos:**

- La distribución y el marketing:

- Funciones de la distribución.
- Canales de distribución.
- Tipos de distribución.
- Estrategias de distribución.

- El merchandising:

Objetivos.

- Merchandising de gestión.
  - Merchandising de presentación o visual.
  - Merchandising de seducción.
- Acciones de merchandising del fabricante.
- Acciones de merchandising del distribuidor.
- Acciones conjuntas de merchandising o trade marketing.
- Funciones principales del merchandising.
- Tipos de merchandising.
- Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales:
- comercial
  - de seguridad e higiene.

- **Criterios de evaluación:**

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.

Se han utilizado las fuentes de información internas y externas, online y offline, necesarias para

la realización de un proyecto de implantación.

Se han identificado las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales

Se han diseñado espacios comerciales respetando la normativa aplicable.

#### **U6.- Análisis del comportamiento del cliente/consumidor**

*RA 1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.*

- **Objetivos:**

Determinar los efectos psicológicos que producen en el consumidor o la consumidora las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales.

Conocer el impacto del merchandising en el consumidor y en su decisión de compra.

Aplicar la teoría del comportamiento del consumidor a la implantación de espacios comerciales.

- **Contenidos:**

- Estudio y conocimiento del cliente.

- Comportamiento del consumidor en el establecimiento comercial.

- La realización del proceso de una compra.

- Tipos de compra:

- compra prevista
- compras imprevistas o impulsivas.

- Determinantes internos del comportamiento del consumidor:

- Motivación, percepción, experiencia y aprendizaje.
- Características demográficas, socioeconómicas y psicofísicas.

- Condicionantes externos del comportamiento del consumidor.

- **Criterios de evaluación:**

Se han determinado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales.

#### **U7.- Diseño e implantación de espacios comerciales.**

*RA 2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.*

- **Objetivos:**

Definir las funciones y objetivos de la implantación.

Elaborar información de base para la implantación de los elementos en el interior y en el exterior del espacio comercial.

Elaborar propuestas para calentar las zonas frías.

- **Contenidos:**

- Puntos o zonas calientes y frías naturales del establecimiento.
- Arquitectura exterior del establecimiento.
- Determinación del punto de acceso en función de las zonas frías y calientes naturales.
- Determinación de zonas:
  - Zona psicológicamente fría
  - Complementariedad de las secciones
- Elementos exteriores.
  - La puerta y los sistemas de acceso.
  - La fachada.
  - La vía pública como elemento publicitario.
  - El rótulo exterior: tipos.
  - La iluminación exterior.
  - El toldo y su colocación.
  - El escaparate: clases de escaparates.
  - El hall del establecimiento.
  - Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.
- Elementos interiores.
  - Ambiente del establecimiento.
  - Distribución de los pasillos: de aspiración, principales, de acceso.
  - Implantación de las secciones.
  - Disposición del mobiliario: colocación recta, en parrilla, en espiga, angular, libre, abierta, cerrada.
  - Realización del lay out del establecimiento (esquema de distribución del establecimiento).
- La circulación:
  - Itinerario del cliente,



- caja y puertas de entrada
- Facilidades de circulación y acceso a productos y promociones.
- Normativa de seguridad e higiene.

- **Criterios de evaluación:**

Se han definido las funciones y objetivos de la implantación.

Se han identificado los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores.

Se ha elaborado la información de base para la implantación de los elementos en el interior y en el exterior del espacio comercial.

Se han elaborado propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial.

Se han establecido medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento.

## 2.- Temporalización de las unidades didácticas.

Bloques de contenidos						Unidades didácticas	Horas	Trimestre
BI	B2	B3	B4	B5	B6			
X	X	X	X	X	X	UD 0: Introducción al Módulo	2	1º
X						UD1.-Análisis del comportamiento del cliente/consumidor	8	1
X						U2.- Conocimiento y aplicación del merchandising.	8	1º
	X					UD3.- Diseño de implantación de espacios comerciales.	12	1
		X	X			UD 4.- El escaparate, elementos y composición.	12	1º/2ª
				X		UD5.- Diseño del escaparate	12	2ª
		X	X		X	UD6: Proyecto de implantación del escaparate y medidas de eficacia.	9	2
					X	UD7: Organización del montaje del escaparate comercial	12	2º

### **3. Procedimientos e instrumentos de evaluación del aprendizaje**

La evaluación será continua, y se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación, objetivos y resultados de aprendizaje del módulo.

Instrumentos de evaluación:

- **Asistencia a clase.** Por el carácter continuo de la propia evaluación, es necesaria la asistencia a clase. Se considera que a partir de un 15% de faltas de asistencia el profesor carece de información para aplicar los criterios de continuidad, por lo que el alumno deberá presentarse a la prueba de evaluación final (examen de evaluación) de cada una de las evaluaciones correspondientes al periodo durante el cual no ha asistido.
- **Actividades prácticas y ejercicios:** El desarrollo del aprendizaje de cada una de las unidades se reforzará con la realización por parte del alumno de diversos trabajos y ejercicios, cuya elaboración podrá ser tanto durante la clase como fuera del horario lectivo. La entrega y realización de los mismos en forma y fecha, será objeto de evaluación y calificación. No se calificarán las actividades entregadas fuera de plazo.
- **Pruebas objetivas:** Al término de cada evaluación se realizará una prueba escrita (examen de evaluación). Dicha prueba podrá constar de preguntas cortas, interpretación o desarrollo de casos prácticos, cuestionario tipo test con respuesta alternativa o de un compendio de todos los tipos.

### **4. Criterios de calificación**

#### **4.1 . Evaluación continua**

La calificación se realizará en base a los siguientes elementos:

##### **1º Evaluación:**

1. **Asistencia, trabajo y comportamiento en el aula,** supondrá un 10% de la nota final. Para ello se requiere la asistencia con regularidad, la participación en las actividades, coloquios etc. que se desarrollen en clase sobre los contenidos del módulo y la escucha activa y actitud respetuosa hacia el profesor y los compañeros. Para obtener este punto, es necesario que se cumplan los tres requisitos señalados.
2. **Ejercicios y actividades prácticas.** Su calificación se ponderará un 40% de la nota final. No se calificarán las actividades entregadas fuera de plazo, salvo causa de fuerza mayor justificada según criterio del profesor.
3. **Pruebas objetivas:** su calificación se ponderará un 50% sobre la nota final.

##### **Observaciones:**

- La calificación final de cada evaluación será numérica entre 1 y 10 sin decimales. Por debajo del 5 se considera no superada.
- La nota final del módulo se obtendrá de la nota media de las evaluaciones, siempre y cuando su calificación haya sido igual o mayor a 5.
- Las normas de organización y funcionamiento del IES Las Llamas reflejan la prohibición del uso del teléfono móvil, aparatos de grabación y sonido o cualquier dispositivo que pueda conectarse a internet , durante el desarrollo de la actividad lectiva.

En caso de que un alumno utilice cualquiera de estos dispositivos durante la clase, no habiendo sido indicado así por el profesor, recibirá un aviso. En el momento en que un alumno acumule tres avisos se restará un punto del total de la calificación de esa evaluación. Otros tres avisos significarán otro punto menos y así sucesivamente.

- No se repetirán exámenes a aquellos alumnos/as que no se presentasen en la fecha y hora convocadas. Solamente, se podrán repetir en aquellos casos extraordinarios por causas muy justificadas

#### **4.2. Prueba de evaluación final.**

Cuando el profesor carezca de información para aplicar los criterios de la evaluación continua (bien porque el alumno ha faltado más de un 15% del horario lectivo a clase o no ha realizado las actividades y ejercicios previstas durante la evaluación) el alumno deberá presentarse a una prueba de evaluación al final del curso sobre los contenidos impartidos durante el mismo.

Para poder presentarse a esta prueba será necesario haber entregado o entregar los trabajos y actividades prácticas que el profesor señale marcado como obligatorias en cada evaluación (mínimo uno por evaluación)

La ponderación será 85% la nota de la prueba y un 15% las actividades prácticas.

Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

#### **4.3- Recuperación de evaluaciones pendientes.**

Los alumnos que no hayan superado alguna evaluación, podrán recuperarla/s en la prueba que se realizará al finalizar la segunda evaluación en marzo (1ª convocatoria ordinaria). La prueba incluirá los contenidos de las unidades didácticas correspondientes a la evaluación no superada.

Para poder presentarse a esta prueba será necesario haber entregado o entregar los trabajos y actividades prácticas que el profesor señale como obligatorias en cada evaluación (mínimo uno por evaluación ).

La ponderación de la prueba objetiva será de un 85% y los trabajos un 15% .Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

La nota final de cada evaluación recuperada, será como máximo 5.

#### **4.4 Recuperación del módulo**

A los alumnos que no hayan superado el módulo en la prueba de evaluación final ( 1ª convocatoria ordinaria de marzo) se les diseñara un plan de recuperación que podrá consistir en la realización de actividades prácticas o trabajos y prueba objetiva (examen) necesarias para aprobar el mismo. Los contenidos del mismo serán la totalidad de los trabajados durante el curso.

La ponderación de la prueba objetiva será de un 85% y los trabajos un 15% .Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

Los alumnos con el módulo suspenso, después de la segunda convocatoria ordinaria (2ª de junio ) , se examinarán de ese módulo a lo largo del curso siguiente (en las fechas que se establezcan). La materia a evaluar será la que se impartió en el curso anterior y la prueba versará sobre los contenidos mínimos exigibles.

La prueba de recuperación incluirá un trabajo (40% de la nota final) y una prueba objetiva teórico-práctica (60% de la nota final). Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

La nota final del módulo recuperado será como máximo un 5.

#### **4.5 Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación académica.**

En caso de sorprender a algún alumno realizando prácticas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de normas sobre prácticas fraudulentas aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular de la familia de Comercio y Marketing que pasamos a reproducir.

##### *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.*