

Programación Didáctica del módulo: 0926
Escaparatismo y Diseño de Espacios Comerciales

2ºCurso CFGS Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

Curso 2025- 2026

Juan Gil Pereda

Comercio y Marketing IES Las Llamas Santander



1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1 Identificación del ciclo y Módulo Profesional.....	4
1.2 Base Normativa.....	5
Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.....	5
1.4 Características del Grupo.....	7
1.5 Características del Entorno.....	8
1.6 Características del Sector Productivo.....	8
2. OBJETIVOS GENERALES, COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE.....	9
3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN, PESOS, RA CLAVE Y RA QUE PASAN A FEM.....	14
3.1 Identificación de las partes de cada RA (Resultado de Aprendizaje).....	14
4. JUSTIFICACION DE LOS RA CLAVE.....	14
5 RELACION ENTRE LOS RA Y LOS BLOQUES DE CONTENIDO.....	15
6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	22
7. CONTENIDOS.....	27
8. UNIDADES DE APRENDIZAJE.....	32
9. METODOLOGÍA.....	40
10. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	41
11. MATERIALES Y RECURSOS DIDACTICOS.....	42
12. UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS.....	42
13. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	42
14. TEMPORALIZACIÓN.....	42
15. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	43
<i>Primera evaluación final febrero/marzo 26 y recuperación de RA pendientes de la primera o segunda evaluación ordinarias.....</i>	<i>44</i>
<i>Segunda evaluación final-junio 26 y recuperación de RA pendientes.....</i>	<i>44</i>
16. PROCEDIMIENTOS RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.....	45
17. PRACTICAS FRAUDULENTAS.....	45

<i>Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación académica</i>	45
Consecuencias de la comisión de prácticas fraudulentas durante el proceso de evaluación de los aprendizajes	47
18.EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE.....	47

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Identificación del ciclo y Módulo Profesional

		Descripción
Identificación	Código	0926
	Módulo Profesional	Escaparatismo y Diseño de Espacios Comerciales
	Familia Profesional	Comercio y Marketing
	Título	Técnico Superior en Gestión de Ventas
	Grado	Superior
Distribución Horaria	Curso	2º
	Horas y créditos ECTS	75 h en aula (129 en total)/ 6 créditos ECTS
	Horas semanales	4
Tipología de Módulo	Asociado a UC:	<p>Módulo no asociado a Unidades de Competencia</p> <p>La competencia general de este título consiste en 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.</p> <p>Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título. Cualificación profesional completa:</p> <p>Cualificación profesional completa del ciclo: Implantación y animación de espacios comerciales COM158_3 (Real Decreto 1087/2005, de 16 de septiembre), que comprende las siguientes unidades de competencia:</p> <p>*UC0501_3: Establecer la implantación de espacios comerciales.</p> <p>*UC0502_3: Organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta.</p> <p>*UC0503_3: Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.</p>

		*UC0504_3: Organizar y supervisar el montaje de escaparates en el establecimiento comercial.
	Transversal	Si
	Soporte	No
	Complementario	No
Síntesis del Módulo	Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el uso de la red Internet.	

1.2 Base Normativa

	Estatad	Autonómica
Ordenación	<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>Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, modificada por Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.</p> <p>Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo</p>	<p>Ley 6/2008, de 26 de diciembre, de Educación de Cantabria.</p> <p>Decreto 4/2010, de 28 de enero, por el que se regula la ordenación general de la Formación Profesional en el sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Cantabria.</p> <p>Decreto 75/2010, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Cantabria.</p> <p>Orden EDU/49/2025, de 28 de agosto, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional Comercio y Marketing en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria.</p>

<p>Perfil Profesional</p>	<p>LO 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>RD 1416/2005 de 25 de noviembre, sobre el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.</p> <p>Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre.</p>	
<p>Título</p>	<p><u>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.</u></p>	<p><u>Orden ECD/92/2013, de 14 de agosto, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria.</u></p>
<p>Evaluación</p>	<p>Real Decreto 984/2021, de 16 de noviembre, por el que se regulan la evaluación y la promoción en la Educación Primaria, así como la evaluación, la promoción y la titulación en la Educación Secundaria Obligatoria, el Bachillerato y la Formación Profesional.</p>	<p>Orden EDU/66/2010, de evaluación y acreditación académica, en las enseñanzas de Formación Profesional Inicial del Sistema Educativo en la Comunidad Autónoma de Cantabria.</p> <p>Orden EDU/70/2010, por la que se regula el procedimiento para garantizar el derecho de los alumnos a ser evaluados conforme a criterios objetivos.</p> <p>Orden EDU/14/2022, de 16 de marzo, por la que se regula la evaluación y la promoción en la Educación Primaria, la evaluación, la promoción y la titulación en la Educación Secundaria Obligatoria y el Bachillerato y determinados aspectos relacionados con la evaluación y titulación en Formación Profesional, en la Comunidad Autónoma de Cantabria</p>

1.3 Características del Centro

El I.E.S. Las Llamas se creó en el curso 1988/89 como “Instituto de Bachillerato nº7” con sede en la calle Cisneros (edificio actual de la escuela de Idiomas). En septiembre de 1990 se traslada a su actual ubicación en la Avenida de Los Castros, y se llama Instituto de Bachillerato Las Llamas. En el curso 1995/1996 se transforma en Instituto de Educación Secundaria.

El edificio central consta de tres plantas, que se convierten en una sola en la zona Norte, con la entrada principal junto a la rotonda de acceso al túnel y la Avenida de los Castros. En la zona Este del edificio principal existe un patio descubierto y en la zona Norte un patio cubierto. El centro cuenta con biblioteca en la planta baja, salas

de usos múltiples 4 aulas de informática con ordenadores para los alumnos, además, en cada aula existe un ordenador para uso del profesor. El centro participa en un programa de refuerzo educativo y otro de escuela promotora de la salud. Asimismo, participa en un proyecto de FP Dual en el ciclo de grado superior de transporte y logística, de manera que se combinan los procesos de enseñanza y aprendizaje en la empresa y en el centro durante tres cursos (el último de ellos hasta marzo).

También se destaca que el centro tiene un aula virtual, accesible desde la web del instituto -ww.ieslasllamas.org- en la que se pueden elaborar cursos virtuales a través de la plataforma Moodle. Los alumnos pueden, tras acceder con su usuario y contraseña, acceder a la documentación que el profesor le haya propuesto o realizar cuestionarios y actividades.

Las instalaciones del IES están dirigidas a la ESO y Bachillerato. Los ciclos formativos se imparten por la tarde, ya que por la mañana no hay espacio físico suficiente. Los talleres de los que disponemos no son del todo adecuados para la impartición del ciclo y presentan muchas carencias.

En el I.E.S. Las Llamas se imparten las etapas de la ESO, Bachillerato y los siguientes Ciclos Formativos de Formación Profesional (de la familia profesional COMERCIO Y MARKETING):

- Grado Medio en Actividades Comerciales
- Grado Superior en Comercio Internacional
 - Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, modalidad bilingüe y no bilingüe
 - Transporte y Logística (presencial y distancia)
 - Marketing y Publicidad, modalidad bilingüe

El ciclo Formativo de Gestión de Ventas cuenta con una duración de 2.000 horas, equivalentes a cinco trimestres de formación en el centro educativo, más la formación en centro de trabajo el tercer y último trimestre del segundo curso. El módulo de Escaparatismo cuenta con una duración de 75 horas en el aula a razón de 4 semanales, y 129 horas en total contando las horas en FEM y se imparte durante el segundo curso del ciclo, en horario de tarde.

1.4 Características del Grupo

En el presente curso 2025/26 el número de alumnos matriculados es 11. La procedencia de los alumnos es diversa, existiendo distintas nacionalidades. La mayoría procede de bachillerato y alguno han realizado otro ciclo formativo previo. La mayor parte de los alumnos viven con su familia en Santander y alrededores, siendo menor el número de ellos que tienen que desplazarse desde lejos. Disponen, en general, de espacio propio para estudiar en su casa, así como de ordenador personal.

El nivel de estudios de los padres es muy diverso. El clima en el aula es positivo y participativo, no habiéndose detectado hasta la fecha situaciones disruptivas ni conflicto alguno.

1.5 Características del Entorno.

El I.E.S Las Llamas está ubicado en la calle Alcalde Vega Lamera de Santander, zona del Sardinero. Está muy bien comunicado por transporte público por estar situado en un área cercana a la autopista de acceso a la ciudad, las playas, los Campos de Sport del Sardinero y a las Universidades. Actualmente se encuentran matriculados en el I.E.S. más de 500 alumnos en 25 grupos, y en esa función se empeñan más de 60 profesores pertenecientes a los 17 departamentos educativos con los que cuenta el centro.

El departamento de Comercio y Marketing consta de 25 profesores.

Se encuentra ubicado en una zona urbana donde existen varios centros formativos más, como son el colegio los Agustinos el I.E.S. Villajunco y el centro de educación Infantil y primaria Sardinero.

Las comunicaciones tanto con el centro de la ciudad como con zonas periurbanas son buenas, a través de varias líneas de autobuses urbanos que conectan con el Ayuntamiento y las estaciones de autobuses, FEVE y RENFE, la zona Norte de la ciudad y Valdenoja, así como con la Avenida de los Castros hasta Cazoña. No obstante, algunos de los alumnos de ciclos, en particular los de grado superior, así como profesores, acuden al centro en coche, ya que dispone espacio de aparcamiento en los alrededores.

1.6 Características del Sector Productivo.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de diseño de espacios comerciales y escaparates. La función de organización de espacios comerciales y diseño de escaparates incluye aspectos 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. OBJETIVOS GENERALES, COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Objetivos /RD 1571/2011, de 4 de nov	Competencias /RD 1571/2011, de 4 de nov	RA /RD 1571/2011, de 4 de nov
<p>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.</p>	<p>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 y lograr los objetivos comerciales establecidos.</p>	<p>1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.</p> <p>2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.</p> <p>4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.</p> <p>5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.</p>
<p>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.</p>	<p>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 y lograr los objetivos comerciales establecidos.</p>	<p>1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.</p> <p>2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.</p> <p>4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.</p> <p>6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.</p>

<p>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>	<p>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.</p>	<p>3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales.</p>
<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales. 5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.</p>
<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.</p>
<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.</p>
<p>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.</p>	<p>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</p>	<p>6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.</p>

	personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.	
u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al « diseño para todos ».	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.	5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.
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.	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.	3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales. 5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.
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.	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.	3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales. 6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.
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.	r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.	6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.

OBJETIVOS GENERALES	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
F	RA1

	RA2 RA4 RA5
G	RA1 RA2 RA4 RA6
O	RA3
P	RA4 RA5
Q	RA5
R	RA6
S	RA6
V	RA3 RA5
W	RA3 RA6
X	RA6

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN, PESOS, RA CLAVE Y RA QUE PASAN A FEM

3.1 Identificación de las partes de cada RA (Resultado de Aprendizaje)

RA	Logro	Objeto	Acciones en el contexto del aprendizaje	Peso	Clave/FEM
1	Realiza	el diseño de distribución y organización de un espacio comercial,	analizando los elementos básicos que lo conforman.	10	FEM
2	Selecciona	los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación,	adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.	5	FEM
3	Elabora	proyectos de implantación de espacios comerciales,	aplicando criterios económicos y comerciales.	20	CLAVE
4	Determina	criterios de composición y montaje de escaparates	analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.	20	CLAVE
5	Diseña	distintos tipos de escaparate,	respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.	20	CLAVE
6	Organiza	el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas,	aplicando la normativa de prevención de riesgos.	25	CLAVE

4. JUSTIFICACION DE LOS RA CLAVE

Los RA número 3, 4, 5 y 6 se consideran clave y deben ser aprobados sin poderse realizar media con otros RA en caso de que estuviesen dispuestos. Dichos RA son fundamentales para alcanzar las competencias principales del módulo. La justificación se basa en su relevancia para el currículo y las necesidades de los estudiantes, su aplicabilidad, la dificultad o el nivel de profundidad que representa y la frecuencia o importancia con la que se aplicará en el campo profesional.

- **Alineación con competencias clave:** Estos RAs contribuyen directamente a las competencias centrales del módulo.
- **Relevancia para el mundo real:** Estos RAs permiten a los estudiantes aplicar conocimientos y habilidades en situaciones prácticas y futuras carreras.
- **Nivel de profundidad:** Estos RAs son esencial para el logro de niveles superiores de pensamiento crítico, analítico o de resolución de problemas.

- **Evaluación formativa:** La evaluación de estos RAs es crucial para evidenciar el dominio del módulo.

5 RELACION ENTRE LOS RA Y LOS BLOQUES DE CONTENIDO

Resultado De Aprendizaje	RA 1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.	Bloque 1. Diseño de distribución y organización de un espacio comercial.	Bloque contenidos	Saber Hacer (contenidos teóricos)
Criterios Evaluación	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.	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio y conocimiento del cliente. - Comportamiento del consumidor en el establecimiento comercial. - La realización del proceso de una compra. - Tipos de compra: x compra prevista x compras imprevistas o impulsivas. 	Contenidos Básicos	a) Analiza 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) Se han utilizado las fuentes de información internas y externas, online y offline, necesarias para la realización de un proyecto de implantación.	<ul style="list-style-type: none"> - Determinantes internos del comportamiento del consumidor: <ul style="list-style-type: none"> * Motivación, percepción, experiencia y aprendizaje. * Características demográficas, socioeconómicas y psicofísicas. - Condicionantes externos del comportamiento del consumidor. 		b) Utiliza las fuentes de información internas y externas, online y offline, necesarias para la realización de un proyecto de implantación.
	c) Se han identificado las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.	<ul style="list-style-type: none"> - La distribución y el marketing: x Funciones de la distribución. x Canales de distribución. x Tipos de distribución. x Estrategias de distribución. 		c) Identifica las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.
	d) Se han diseñado espacios comerciales respetando la normativa aplicable.	<ul style="list-style-type: none"> - Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales: x comercial y x de seguridad e higiene. 		d) Diseña espacios comerciales respetando la normativa aplicable.

	e) Se han determinado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales.	-El merchandising: * Objetivos * Merchandising del fabricante * Merchandising del distribuidor * Acciones conjuntas de merchandising o trade marketing * Funciones principales del merchandising * Tipos de merchandising		e) Determina los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales.
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Resultado Aprendizaje	RA 2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.	Bloque 2. Elementos interiores y exteriores	Bloque contenidos	Saber Hacer
Criterios Evaluación	a) Se han definido las funciones y objetivos de la implantación.	- Puntos o zonas calientes y frías naturales del establecimiento.	Contenidos Básicos	Define las funciones y objetivos de la implantación.
	b) Se han identificado los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores.	- Arquitectura exterior del establecimiento. Determinación del punto de acceso según las zonas frías y calientes naturales. - Elementos exteriores. - Elementos interiores. - Ambiente del establecimiento. - Distribución de los pasillos.		Identifica los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores.

	c) Se ha elaborado la información de base para la implantación de los elementos en el interior y en el exterior del espacio comercial.	-Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.		Elabora la información de base para la implantación de los elementos en el interior y en el exterior del espacio comercial.
	d) Se han elaborado propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial.	- Implantación de las secciones. - Disposición del mobiliario.		Elabora propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial.
	e) Se han establecido medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento	- Realización del lay-out del establecimiento - La circulación		Establece medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento

Resultado Aprendizaje	RA 3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales	Bloque 3. Elaboración de proyectos de implantación de espacios comerciales	Bloque contenidos	Saber Hacer
Criterios Evaluación	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.	- Tipos de escaparates. x Según su ubicación x Según la presentación del escaparate x Según el producto que presenta - Elementos del escaparate: x la mercancía, x la creatividad, x la composición y psicología. x La temperatura del escaparate vertical y horizontal.	Contenidos Básicos	a) Elabora proyectos de implantación, diseñando los elementos interiores y exteriores del establecimiento y atendiendo a criterios de rentabilidad e imagen de empresa.
	b) Se han elaborado presupuestos de implantación, valorando económicamente los elementos internos y externos	- Presupuesto de implantación del escaparate.		b) Elabora presupuestos de implantación, valorando económicamente los

	de la misma y determinando los recursos humanos y materiales necesarios.			elementos internos y externos de la misma y determinando los recursos humanos y materiales necesarios.
	c) Se han evaluado las necesidades de recursos humanos y materiales necesarios para su implantación efectiva	- Recursos humanos y materiales necesarios para la implantación efectiva.		c) Evalúa las necesidades de recursos humanos y materiales necesarios para su implantación efectiva
	d) Se han confeccionado cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos que han de realizarse.	- Realización del cronograma o planificación temporal del escaparate.		d) Confecciona cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos que han de realizarse.
	e) Se han aplicado criterios económicos y comerciales para la ejecución de la implantación en el espacio comercial.	- Criterios económicos y comerciales en la implantación. - Costes de implantación.		e) Aplica criterios económicos y comerciales para la ejecución de la implantación en el espacio comercial.
	f) Se han propuesto medidas para la resolución de las posibles incidencias surgidas en el proceso de organización y ejecución de la implantación.	- Incidencias en la implantación. Medidas correctoras.		f) Propone medidas para la resolución de las posibles incidencias surgidas en el proceso de organización y ejecución de la implantación.

Resultado	RA 4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor,	Bloque 4. Criterios de composición y montaje	Bloque contenidos
-----------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------	-------------------

Aprendizaje	tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales			Saber Hacer
Criterios Evaluación	a) Se han identificado los efectos psicológicos de las distintas técnicas de escaparatismo sobre el consumidor.	- La percepción y la memoria selectiva.	Contenidos Básicos	a) Identifica los efectos psicológicos de las distintas técnicas de escaparatismo sobre el consumidor.
	b) Se han establecido las funciones y objetivos de un escaparate.	-El escaparate y la comunicación.		b) Establece las funciones y objetivos de un escaparate.
	c) Se ha valorado el impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.	- Eficacia del escaparate - Cálculo de ratios de control de la eficacia del escaparate		c) Valora el impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.
	d) Se han definido los criterios de selección de materiales para un escaparate, en función de una clientela potencial y unos efectos deseados.	- La imagen: x figura y fondo, x contraste y afinidad		d) Define los criterios de selección de materiales para un escaparate, en función de una clientela potencial y unos efectos deseados.
	e) Se ha analizado el diseño y montaje de distintos escaparates.	- La asimetría y la simetría		e) Analiza el diseño y montaje de distintos escaparates.
	f) Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate	-Las formas geométricas		f) Define los criterios de composición y montaje del escaparate

Resultado Aprendizaje	RA 5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.	Bloque 5. Diseño de distintos tipos de escaparate.	Bloque contenidos	Saber Hacer
Criterios Evaluación	a) Se han seleccionado los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.	- Elementos para la animación del escaparate - Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates.	C o n t e n i d o s B á s i c o s	a) Selecciona los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.
	b) Se han aplicado distintas técnicas de escaparatismo, teniendo en cuenta los efectos psicológicos de las mismas en el consumidor.	- Iluminación en escaparatismo		b) Aplica distintas técnicas de escaparatismo, considerando sus efectos psicológicos en el consumidor.
	c) Se han seleccionado distintas combinaciones de color para conseguir diferentes efectos visuales.	- El color en la definición del escaparate		c) Selecciona distintas combinaciones de color para conseguir diferentes efectos visuales.
	d) Se han aplicado técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño según los objetivos definidos.	- Aspectos esenciales del escaparate: Colocación Limpieza Rotación Precios Promociones Ambientación		d) Aplica técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño según los objetivos definidos.
	e) Se han utilizado herramientas informáticas para la distribución de espacios en el diseño de los escaparates.	- Bocetos de escaparates. - Programas informáticos de diseño y distribución de espacios.		e) Utiliza herramientas informáticas para la distribución de espacios en el diseño de los escaparates.

Resultado Aprendizaje	RA 6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.	Bloque 6. Organización del montaje del escaparate comercial.	Bloque contenidos	Saber Hacer
Criterios de Evaluación	a) Se ha analizado la terminología básica de proyectos de escaparatismo.	-Organización del montaje del escaparate comercial:	Contenidos Básicos	a) Analiza la terminología básica de proyectos de escaparatismo.
	b) Se ha interpretado la documentación técnica y los objetivos del proyecto de escaparate.	-Cronograma de montaje Técnicas que se usan para montar escaparates.		b) Interpreta la documentación técnica y los objetivos del proyecto de escaparate.
	c) Se han seleccionado los materiales y la iluminación adecuados.	-Materiales y medios		c) Selecciona los materiales y la iluminación adecuados.
	d) Se ha organizado la ejecución del montaje de escaparates previamente definidos.	- Planificación de actividades		d) Organiza la ejecución del montaje de escaparates previamente definidos.
	e) Se ha realizado la composición y el montaje de escaparates.	<ul style="list-style-type: none"> - Presupuesto del escaparate comercial - Métodos de cálculo de presupuestos - Cálculo de costes de montaje de escaparates - Programas informáticos utilizados en la gestión de tareas y proyectos 		e) Realiza la composición y el montaje de escaparates.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Claves:

PO: Prueba objetiva

AC: Actividad

<p>RA 1:</p> <p>RA 1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.</p>	10%
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Criterios de evaluación:

%	1CE	Inst. Evaluac.
1	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.	FEM
1	b) Se han utilizado las fuentes de información internas y externas, online y offline, necesarias para la realización de un proyecto de implantación.	FEM
1	c) Se han identificado las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.	FEM
3,5	d) Se han diseñado espacios comerciales respetando la normativa aplicable.	PO
3,5	e) Se han determinado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales.	PO

<p>RA 2:</p> <p>RA 2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.</p>	5%
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
1	a) Se han definido las funciones y objetivos de la implantación.	PO
1	b) Se han identificado los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores.	PO
1	c) Se ha elaborado la información de base para la implantación de los elementos en el interior y en el exterior del espacio comercial.	PO
1	d) Se han elaborado propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial.	PO
1	e) Se han establecido medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento.	PO

<p>RA 3:</p> <p>Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales</p>	20%
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
3,5%	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.	PO

3,5%	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.	AC
3,5%	c) Se han evaluado las necesidades de recursos humanos y materiales necesarios para su implantación efectiva	PO
3,5%	d) Se han confeccionado cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos que han de realizarse.	AC
3%	e) Se han aplicado criterios económicos y comerciales para la ejecución de la implantación en el espacio comercial.	PO
3%	f) Se han propuesto medidas para la resolución de las posibles incidencias surgidas en el proceso de organización y ejecución de la implantación.	PO

<p>RA 4:</p> <p>RA 4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales</p>	20%
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
4	a) Se han identificado los efectos psicológicos de las distintas técnicas de escaparatismo sobre el consumidor.	AC
6	b) Se han establecido las funciones y objetivos de un escaparate.	AC
2	c) Se ha valorado el impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.	AC
2	d) Se han definido los criterios de selección de materiales para un escaparate, en función de una clientela potencial y unos efectos deseados.	AC
5	e) Se ha analizado el diseño y montaje de distintos escaparates.	AC

1	f) Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate	AC

<p>RA 5:</p> <p>Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.</p>	20%
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
2	a) Se han seleccionado los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.	AC
6	b) Se han aplicado distintas técnicas de escaparatismo, teniendo en cuenta los efectos psicológicos de las mismas en el consumidor.	AC
3	c) Se han seleccionado distintas combinaciones de color para conseguir diferentes efectos visuales.	AC
6	d) Se han aplicado técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño según los objetivos definidos.	AC
3	e) Se han utilizado herramientas informáticas para la distribución de espacios en el diseño de los escaparates.	AC

<p>RA 6:</p> <p>Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.</p>	25%
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
4	a) Se ha analizado la terminología básica de proyectos de escaparatismo.	AC
1	b) Se ha interpretado la documentación técnica y los objetivos del proyecto de escaparate.	AC
3	c) Se han seleccionado los materiales y la iluminación adecuados.	AC
2	d) Se ha organizado la ejecución del montaje de escaparates previamente definidos.	AC
15	e) Se ha realizado la composición y el montaje de escaparates.	AC

7. CONTENIDOS

Los contenidos para la Comunidad Autónoma de Cantabria vienen establecidos 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 contenidos se estructuran en 6 bloques:

Bloque 1. Diseño de distribución y organización de un espacio comercial:

- 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.
- 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.

Bloque 2. Selección de los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación:

- Puntos o zonas calientes y frías naturales del establecimiento.
- Arquitectura exterior del establecimiento.

Determinación del punto de acceso según 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.

Bloque 3. Elaboración de proyectos de implantación de espacios comerciales:

- 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.

- 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.

Bloque 4. Criterios de composición y montaje de escaparates:

- 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.
- Eficacia del escaparate.
- Cálculo de ratios de control de la eficacia del escaparate:
 - Ratio de atracción.
 - Ratio de convicción.
 - Ratio de efectividad.
 - Otras ratios.

Bloque 5. Diseño de distintos tipos de escaparate:

- 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.

Bloque 6. Organización del montaje del escaparate comercial:

- 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 usan para el montaje de escaparates.

- 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.

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

8. UNIDADES DE APRENDIZAJE

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. 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.

U2. 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.

U3. 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 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 según 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.

U4.- 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.

U5. 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.

U6. 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.
 - Otras 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.

U7. 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 usan 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.

9. METODOLOGÍA

Toda comunicación escrita entre alumnos y profesor debe ser realizada a través del entorno Teams de Educantabria. Como correo electrónico deben utilizarse los correos proporcionados por Educantabria.

Las enseñanzas de formación profesional tienen por objeto conseguir que el alumnado adquiera las competencias profesionales, personales y sociales, necesarias para ejercer la actividad profesional definida en la competencia general del programa formativo. Los resultados de aprendizaje que permiten obtener dichas competencias son procedimentales, por lo que la metodología a utilizar será práctica.

Por otra parte, conociendo las futuras actividades laborales para las que el módulo capacitará a los alumnos, los métodos de enseñanza deben ser funcionales, los contenidos aprendidos deben aplicarse en circunstancias profesionales reales.

La metodología propuesta en la presente programación se basa en los siguientes principios:

- Debe partir de los intereses de los alumnos para ser motivadora.
- Funcional para que puedan aplicar los conocimientos adquiridos en su futura vida laboral.
- Eminentemente práctica para desarrollar destrezas y habilidades que les permitan resolver problemas.
- Cualquier intervención educativa debe ser el objetivo de los alumnos de aprender autónomos.
- Reflexiva para favorecer el espíritu crítico y la capacidad de análisis.
- Flexible para poder adaptarse a las necesidades de los alumnos.

Esta metodología didáctica se concreta desarrollando dentro de cada unidad temática las siguientes actividades de enseñanza - aprendizaje:

1.- Introduciendo cada unidad con una actividad motivadora, utilizando por ejemplo casos reales y/o videos actuales que muestren la aplicación práctica en las empresas de los contenidos que se van a trabajar.

El análisis grupal de estos ejemplos prácticos, dirigido por el profesor, permite a los alumnos “descubrir” la importancia de los contenidos que vamos a trabajar para la consecución de los objetivos empresariales.

2.- Una explicación por parte del profesor de los aspectos teóricos que permita a los alumnos asimilar conocimientos y procedimientos para encarar los proyectos, es siempre necesaria. Se intentará en la medida de lo posible utilizar elementos visuales y ejemplos reales extraídos de la realidad empresarial como elementos de apoyo.

3.- Actividades, tanto individuales como grupales, adecuadas a los objetivos y contenidos de cada unidad, por ejemplo:

La resolución y análisis de ejemplos prácticos, escaparates, lay-out de establecimientos comerciales etc. empleando un guion facilitado por el profesor, es un método muy eficaz para interiorizar las etapas en el desarrollo de un proyecto.

Desarrollo de actividades prácticas acordes con las instrucciones facilitadas por el profesor, bocetos, maquetas, cronogramas, diseño de un escaparate.

A través de la presentación en público de los trabajos realizados se consigue el objetivo del ciclo “aprender a aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose 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”.

Este módulo no contará con desdobles.

10. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Dadas las diferentes vías de acceso a los Ciclos Formativos de Grado Superior (Bachillerato, Universidad, pruebas de acceso a la Universidad de mayores de 25 años...), la diversidad de alumnado en el aula puede ser un hecho, por lo tanto, se diseñarán actividades que puedan atender a esta diversidad.

Se entiende por medidas de atención a la diversidad aquellas actuaciones y programas de tipo organizativo, curricular y de coordinación que se pueden llevar a cabo en el proceso de planificación o en el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje para atender a la diversidad del alumnado. Dichas medidas deben abarcar desde la prevención hasta la intervención directa con el alumnado y pueden ser ordinarias, específicas y extraordinarias.

Se tendrán en cuenta medidas de **tipo ordinario** dirigidas a prevenir o compensar dificultades leves sin alterar los elementos esenciales del currículum:

Como medidas generales:

- Organización de contenidos en ámbitos integradores.
- Metodologías que favorezcan la participación de todo el alumnado.
- Selección y utilización de materiales curriculares diversos.
- Actividades de refuerzo si se trata de alumnado con dificultades para alcanzar los objetivos
- Medidas de ampliación y profundización para aquellos alumnos que lo requieran.

En caso de que se detectara la necesidad de algún otro tipo de intervención, se comunicaría al Departamento de Coordinación Pedagógica para el estudio de las medidas a adoptar.

11. MATERIALES Y RECURSOS DIDACTICOS

Para un correcto proceso de enseñanza-aprendizaje este módulo precisa de:

- Utilización puntual de equipos informáticos para búsqueda de información y para la elaboración de materiales.
- Un aula de escaparatismo correctamente dotada, con la iluminación adecuada.
- Materiales para la elaboración de los escaparates.

12. UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS

Tal y como se ha mencionado en el punto anterior (punto 9), el módulo precisa de la utilización de un taller de escaparatismo dotado con material e iluminación adecuadas para la realización de la parte práctica del módulo.

13. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Se evaluará la posibilidad de asistir a alguna jornada, sesión, conferencia o similar relacionada con el escaparatismo en función de la oferta de este tipo de eventos.

14. TEMPORALIZACIÓN

Bloques de contenidos						Unidades didácticas	Horas	Trimestre
B1	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	1º
X						UD2.- Conocimiento y aplicación del merchandising.	8	1º
	X					UD3.- Diseño de implantación de espacios comerciales.	12	1º
		X	X				12	1º

						UD 4.- El escaparate, elementos y composición.		2º
				X		UD5.- Diseño del escaparate	12	2
		X	X		X	UD6: Proyecto de implantación del escaparate y medidas de eficacia.	9	2º
					X	UD7: Organización del montaje del escaparate comercial	12	2

15. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Para aprobar el módulo es necesario superar TODOS Y CADA UNO de los Resultados de Aprendizaje. Para aprobar cada RA los diversos criterios de evaluación deben llegar una nota media de cinco (5) en conjunto, así se considerará el RA aprobado. Parte de los RA se realizarán en las FEM, tal y como se indica en la tabla correspondiente.

La calificación de los diferentes RA se realizará en base a los siguientes instrumentos:

- A) Ejercicios y actividades **prácticas**. Podrán ser individuales y/o en grupo. Los ejercicios y actividades se evalúan con las siguientes calificaciones: 0 (no presentado), 1, 3, 5, 7, y 9. Excepcionalmente puede otorgarse un 10.

Las actividades prácticas pueden realizarse en un aula, en un laboratorio informático, o en el taller de escaparatismo. No estar presente en la actividad práctica supone sacar un 0 en esa actividad. En ocasiones una actividad práctica se realiza durante más de una sesión, como es el caso de la elaboración de los escaparates. En ese caso, cada día de taller o actividad tendrá su nota correspondiente. La no asistencia al taller un día supone que en esa sesión el alumno ha tenido un cero.

- B) **Pruebas** objetivas (exámenes de evaluación que pueden ser tanto escritos como orales, teóricos, en forma de presentación o prácticos, en el aula de referencia o en el taller de escaparatismo).

Observaciones:

- La calificación final de cada evaluación será la media ponderada de los RA evaluados, obteniéndose una calificación entre 1 y 10 sin decimales. Por debajo del 5 se considera que los RA no están superados. **Deben superarse TODOS los RA para aprobar el módulo.**
- No se calificarán las actividades entregadas fuera de plazo y hora.
- La nota final del módulo se obtendrá de la nota media de los RA ponderados según su peso.
- La presentación final en el taller de escaparatismo es grabada en video para su posterior divulgación en las redes sociales del IES Las Llamas (YouTube). La grabación será del escaparate y no supone que el rostro de los alumnos aparezca (si no lo desean).
- No se repetirán exámenes a aquellos alumnos/as que no se presentasen en la fecha y hora convocadas. Igualmente, no tendrán acceso a la sala del examen aquellos que no lleguen a la hora convocada.
- No hay recuperaciones después de la primera evaluación. En la evaluación final de primera y segunda convocatoria se recuperarán los RA suspensos.
- Los alumnos serán informados por TEAMS de las calificaciones de cada evaluación y de las posibles recuperaciones pendientes.

Se realizarán evaluaciones de los Resultados de Aprendizaje en los siguientes momentos:

- Primera evaluación ordinaria
- Segunda evaluación ordinaria
- Evaluación final 1º convocatoria (febrero/marzo 26)
- Evaluación final 2º convocatoria (junio 26)

Primera evaluación final febrero/marzo 26 y recuperación de RA pendientes de la primera o segunda evaluación ordinarias.

Los alumnos que no hayan superado algún Resultado de Aprendizaje en las evaluaciones correspondientes podrán recuperarlo/s en las pruebas que se realizarán al finalizar la segunda evaluación en marzo de 2026 (1ª convocatoria final). El examen final en primera convocatoria incluirá los contenidos de las unidades didácticas correspondientes a los RA no superados.

Para poder presentarse a esta prueba será necesario entregar los trabajos y actividades prácticas correspondientes a los criterios de evaluación del RA suspendido.

Segunda evaluación final-junio 26 y recuperación de RA pendientes.

A los alumnos que no hayan superado el módulo en la prueba de evaluación final (1ª convocatoria de marzo) se les diseñará un plan de recuperación de RA que podrá consistir en la realización de actividades prácticas o trabajos y/o una prueba objetiva (examen) necesarias para aprobar el mismo. Los contenidos podrán abarcar

la totalidad de los trabajados durante el curso. Los alumnos deberán presentar los trabajos que el profesor indique antes de la realización del examen.

En la segunda evaluación final, al igual que en la primera, el alumno tiene que examinarse sólo de los RA suspensos.

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 será la que se impartió en el curso anterior.

16. PROCEDIMIENTOS RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.

Este módulo está relacionado con el plan digital del centro en el que se deberán utilizar los medios informáticos como instrumento de consulta, búsqueda de información y resolución de supuestos prácticos. Por otra parte, el módulo participa de los siguientes:

Acredita Cantabria

Erasmus +

Proyecto de Salud y Sostenibilidad

Star Innova

Proboca

17. PRACTICAS FRAUDULENTAS.

Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación académica

Si algún alumno realiza prácticas fraudulentas sorprenderá lo contenido en el documento de normas 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 y divulgado en las hojas informativas entregadas a principio de curso.

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.

18.EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE.

La autoevaluación es una parte sustantiva del proceso de enseñanza-aprendizaje y posibilita obtener información sobre las prácticas pedagógicas para mejorarlas.

El procedimiento que utilizaremos para la evaluación de la propia programación y de nuestra práctica docente, consta de tres elementos:

- 1.- Indicadores de logro o aspectos que vamos a evaluar.
- 2.- Instrumentos de recogida de datos.
- 3.- Medidas de mejora

- 1.- Indicadores de logro:

Comparación de resultados obtenidos en el presente curso con los resultados obtenidos en años anteriores

2.- Instrumentos de recogida de información.

Antes de la finalización del periodo lectivo se realizará un cuestionario de carácter anónimo en el que se recoja las opiniones del alumnado sobre diferentes aspectos de la actividad y la práctica docente, así como personalidad y trato por parte del docente.

En concreto se realizarán preguntas que deberán ser puntuadas de 1 a 5 en una escala Likert, sobre estos aspectos:

Programación de aula el profesor:

- Da a conocer el programa (objetivos, contenidos, metodología, evaluación, etc.), a principio de curso.
- Los temas se desarrollan a un ritmo adecuado.
- Explica ordenadamente los temas.
- Se han dado todos los temas programados

Metodología, el profesor...

- Explica con claridad los conceptos en cada tema
- En sus explicaciones se ajusta bien al nivel de conocimiento de los alumnos.
- Procura hacer atractivos los contenidos
- Se preocupa por que los alumnos aprendan.
- Facilita la comunicación con los alumnos.
- Transmite la importancia y utilidad los contenidos tienen para la actividad profesional

La evaluación, el profesor...

- Explica y aplica los criterios y procedimientos de evaluación en este módulo.
- Las pruebas se ajustan a lo trabajado en clase.
- La calificación final es fruto del trabajo realizado a lo largo de todo el curso.

La actitud del profesor en general es...

- Demuestra interés por nuestro aprendizaje.
- Se esfuerza por resolver las dificultades de los alumnos el trabajo de aula.
- Responde a las dudas y cuestiones que le planteamos en clase.

3.- Medidas de mejora

A partir de este mismo cuestionario, el profesor se autoevaluará, comparando sus resultados con la media de los alumnos, para identificar los posibles gaps que requieran del desarrollo y aplicación de medidas de mejora.