

“DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA”  
(1231)

URBANO MANUEL DE LA VARGA ÁVILA

1) RESULTADOS DE APRENDIZAJE (OBJETIVOS O CAPACIDADES) teniendo en cuenta las orientaciones pedagógicas del módulo.

Tomando como marco de referencia lo que establece el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, nuestro objetivo primero será dar respuesta a la competencia general del Técnico en Actividades Comerciales que en dicho Real Decreto se establece como:

*Desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.*

El contenido se vinculará a estudios anteriores y completará su proyección profesional.

Los ciclos y este módulo deberán estar en relación con el entorno económico y laboral de los centros educativos por lo que deberán ser concretados y desarrollados por los centros escolares.

Tomando como referencia el citado RD 1688/2011 anterior, consideramos como objetivos generales prioritarios los siguientes:

- Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que

se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

- Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

Con la finalidad de realizar la planificación del curso académico 2020/2021, se tomará en consideración la posibilidad de que, ante un rebrote, las autoridades sanitarias puedan decretar el cierre del centro educativo y se suspenda la actividad educativa presencial.

Para ello hemos implantado un aula virtual no solo en este módulo, sino en todos a través de Gsuite (Meet y Classroom).

Fomentaremos la formación en competencia digital tanto para docentes como para alumnos y la colaboración entre docentes para la planificación y el diseño de actividades, de forma que se puedan prestar de forma presencial o a distancia.

En relación con el alumnado desconectado o con dificultades de conectividad, previamente identificado, la Consejería de Educación establecerá las medidas oportunas para dotar de equipos y conectividad al alumnado que más lo necesite, con especial atención a aquellos en los que, en función de su edad y nivel de autonomía, se garantice un rendimiento óptimo en este tipo de enseñanza.

Con todo esto, pretendemos facilitar el proceso de enseñanza aprendizaje, la participación del alumnado, su seguimiento, evaluación y el trabajo del profesorado.

Al igual que en el resto de módulos del Ciclo, se pretende contribuir al desarrollo de la competencia digital de los alumnos, fundamentalmente al desarrollo de aquellas destrezas que resulten imprescindibles para afrontar el proceso de aprendizaje en modalidad no presencial.

## 2) CONTENIDOS. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.

Estructura de las Unidades Didácticas:

Cada Unidad consta de:

- Presentación de carácter motivador en la que se introducen los contenidos, ligándolos con la experiencia de los alumnos y alumnas y los conceptos expuestos anteriormente.
- Índice de contenidos.
- Esquema de los principales conceptos y las relaciones entre ellos.
- Actividades iniciales cuyo objetivo es motivar al grupo, partiendo de su experiencia como clientes / consumidores, y proporcionar un diagnóstico del nivel inicial del que parten.
- Desarrollo de contenidos intercalando actividades de apoyo, casos prácticos resueltos y otros elementos de reflexión y análisis sobre los datos expuestos.
- Actividades de refuerzo destinadas a fijar los contenidos estudiados y de ampliación.

Este año académico, los contenidos sufren una modificación debido a la crisis sanitaria actual. Para evitar el acercamiento del alumnado a menos de 1,5 metros de distancia entre ellos, la parte práctica de equipo (diseño y elaboración de escaparates en tiendas reales) pasará a realizarse en el tercer trimestre, suponiendo que la situación mejore.

En caso de no mejoría, la parte teórica se vería igualmente y la parte práctica se realizaría individualmente (en lugar de por equipos).

Por este motivo, las 198 horas del módulo, se distribuyen de la siguiente manera:

Bloque temático	Título	Tiempo estimado	Evaluación
I	Dinamización punto de venta	16 horas	1ª evaluación
II	Merchandising I	10 horas	
III	Merchandising Visual II	40 horas	
IV	Merchandising visual II	16 horas	2ª evaluación
	Publicidad y promociones I	50 horas	
V	Publicidad y promociones II	16 horas	3ª evaluación
	Escaparatismo	50 horas	

Esta distribución puede modificarse en función de la evolución del grupo, decidiendo el número de horas más adecuado para el aprendizaje de los contenidos de cada Bloque.

Se realizará un concurso de escaparates en las tiendas del municipio de Santa Marta de Tormes (temporada de verano – 6 de mayo) para motivar al alumno, siempre bajo el supuesto de que la crisis actual mejore.

Este año, se valora la posibilidad de realizar escaparates también en Salamanca capital, con la colaboración de la Asociación de Empresarios de Salamanca (AESCO, CONFAES).

### Contenidos:

#### **BLOQUE I (DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA)**

##### **Unidad Didáctica 1: La dinamización del punto de venta y el comportamiento del cliente**

- Dinamización del punto de venta.
- Merchandising.
- Los puntos de venta y su clasificación.
- El comportamiento del cliente.
- Tipos de clientes de un establecimiento comercial.
- Proceso de decisión de compra
- La elección del establecimiento en el proceso de decisión de compra

## **Unidad Didáctica 2: El establecimiento comercial.**

- La ubicación del establecimiento comercial.
- Trámites para la apertura de un establecimiento comercial.
- El exterior del punto de venta.
- Otras normas a cumplir en el exterior del punto de venta.

## **BLOQUE II (MERCHANDISING I)**

### **Unidad Didáctica 3: El merchandising.**

- Conceptos básicos.
- Origen y evolución.
- Principales actividades del merchandising.
- Principales actividades de la animación del punto de venta.

## **BLOQUE III (MERCHANDISING VISUAL II)**

### **Unidad Didáctica 4: MERCHANDISING VISUAL. (Organización y diseño interior del punto de venta)**

- Características más típicas del comercio antiguado.
- Características más típicas del comercio actual.
- Situación geográfica.
- Superficie.
- Local.
- Proyecto.
- Distribución
- Instalaciones.
- Colocación de los servicios.

### **Unidad Didáctica 5: MERCHANDISING VISUAL (El lineal y la implantación del producto en el punto de venta)**

- Lineales
- Secciones.
- Distribución de artículos
- Compras y ventas.

## **BLOQUE IV (MERCHANDISING VISUAL II – PROMOCIONES Y PUBLICIDAD I)**

### **Unidad Didáctica 6: MERCHANDISING VISUAL (El surtido – la gestión del surtido)**

- El surtido.

- Aplicación de estrategias de merchandising
- Circuito de circulación.
- Exposiciones interiores
- Mostradores y mobiliario actual.

## **BLOQUE V (PUBLICIDAD Y PROMOCIONES II - ESCAPARATISMO)**

### **Unidad Didáctica 7: Promociones y publicidad**

- Correcta programación de promociones
- Estrategias para la captación de nuevos clientes.
- Información sobre clientes.
- La atención al cliente.
- El personal
- Otras consideraciones.

### **Unidad Didáctica 8: Análisis de la implantación.**

- Métodos basados en el beneficio bruto.
- Métodos basados en el beneficio directo del producto (PLV).
- Programas informáticos de gestión del espacio.

### Unidad Didáctica 9: Los carteles.

- Tipos de carteles.
- Elaboración de carteles.
- Colocación de carteles.

### **Unidad Didáctica 10: métodos de control de la dinamización del punto de venta**

- Control de las acciones de dinamización del punto de venta.
- Instrumentos de control cualitativos y cuantitativos.
- Rentabilidad del punto de venta.
- Control de las acciones de implantación
- Rentabilidad del lineal
- Control de las acciones promocionales.

- Control de la publicidad directa.

### **Unidad Didáctica 11: El escaparate.**

- Escaparate.
- Escaparatista.
- Función, misión y fin del escaparatismo.
- Marco
- Limitaciones según el espacio.
- Escaparate artístico
- Escaparate comercial.
- Masificación.
- Sociología
- Psicología.
- Llamada de atención.

### **Unidad Didáctica 12: la elaboración del escaparate.**

- Temperatura del escaparate.
- Boceto.
- Composición. Ley del equilibrio. Recorrido visual.
- Aspectos psicológicos del color, del punto y la línea.
- La luz.

## **3) ACTIVIDADES PREVISTAS.**

En cada tema están previstas actividades de refuerzo y apoyo para la asimilación de cada unidad didáctica. Las actividades se realizarán a lo largo de toda la unidad y al finalizar el mismo se efectuarán ejercicios de refuerzo de la materia.

- Identificación de tipo de escaparates.
- Estructuración de los mismos.
- Realización de proyectos de escaparatismo.
- Explicación de terminología relacionada con merchandising.
- Realización de proyectos de merchandising.
- Trabajo fotográfico. Cada trimestre el alumno realizará un trabajo fotográfico de escaparates de temporada.

Cometido: realización de fotografías a los distintos escaparates de las zonas asignadas. Estas fotografías tienen que seguir los criterios establecidos en las clases teóricas. A continuación cada grupo expondrá su trabajo en clase.

Objetivo: ver si el alumnado asimila los conceptos teóricos para su posterior puesta en práctica.

- Se realizarán en cada evaluación trabajos en equipo con su posterior puesta en común valorando mucho la exposición de dichos ejercicios.

- Se dividirán a los alumnos por equipos para realizar prácticas de escaparates de los distintos sectores.

Las actividades propuestas se podrán realizar tanto de forma presencial como no presencial a través de la aplicación Classroom.

4) **CRITERIOS DE EVALUACIÓN** teniendo en cuenta las competencias del título y los resultados de aprendizaje del módulo.

- Organizar la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.

Criterios de evaluación:

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

- Colocar, exponer y reponer los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Delimitar las dimensiones del surtido de productos.
- b) Establecer el número de referencias según características de los productos, espacio disponible y tipo de lineal.
- c) Realizar simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial.
- d) Analizar los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.
- e) Clasificar los productos en familias, observando la normativa vigente.

f) Identificar los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición.

g) Interpretar planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.

h) Realizar la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.

- Realizar trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.

Criterios de evaluación:

a) Animar y decorar el establecimiento según la planificación anual, dinamizándolo según la política comercial del establecimiento.

b) Realizar papelería según el libro de estilo corporativo de un establecimiento.

c) Asociar diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor.

d) Elaborar formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética.

e) Crear mensajes que se quieren transmitir al cliente, mediante las técnicas de rotulación, combinando diferentes materiales que consigan la armonización entre forma, textura y color.

f) Utilizar programas informáticos de edición, realizando carteles para el establecimiento.

g) Montar los elementos decorativos en condiciones de seguridad y prevención de riesgos laborales.

- Realizar los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.

Criterios de evaluación:

a) Analizar un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de establecimientos comerciales.

b) Explicar los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas utilizadas en escaparatismo.

c) Argumentar las funciones y objetivos que puede tener un escaparate.

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

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

f) Definir los criterios de composición y montaje de los escaparates, atendiendo a criterios comerciales.

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

h) Montar escaparates con diferentes objetivos comerciales.

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

Criterios de evaluación:

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

b) Enumerar las principales técnicas psicológicas que se aplican en una acción promocional.

c) Considerar las situaciones susceptibles de introducir una acción promocional.

d) Programar, según las necesidades comerciales y el presupuesto, las acciones más adecuadas.

e) Seleccionar la acción promocional más adecuada para los diferentes objetivos comerciales.



- Aplicar métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.

Criterios de evaluación:

- a) Establecer el procedimiento de obtención del valor de los ratios de control.
- b) Describir los instrumentos de medida que se utilizan para valorar la eficacia de una acción promocional.
- c) Calcular los ratios que se utilizan para el control de las acciones de merchandising.
- d) Evaluar la eficacia de la acción promocional, utilizando los principales ratios que la cuantifican.
- e) Realizar informes, interpretando y argumentando los resultados obtenidos.

**PARTICULARIDADES:**

- Para ser evaluado en el módulo en cada trimestre, el alumno debe asistir a las aulas, como mínimo, el 80% del total de su carga lectiva. Podrá tener 10 faltas por trimestre como máximo,
- Para ser evaluado en el módulo en la primera convocatoria de junio, el alumno debe asistir a las aulas, como mínimo, el 80% del total de su carga lectiva. Podrá tener un máximo de 30 faltas.
- Salvo renuncia y en situaciones de No evaluado, el alumno, para superar el módulo, podrá participar en las dos convocatorias establecidas para el curso académico.
- En caso de confinamiento por COVID-19 de un alumno o toda una clase, el porcentaje para ser evaluado no variaría ya que el alumnado deberá seguir las clases de forma telemática a través del enlace a Meet que viene en la aplicación de Classroom.

#### 5) DETERMINACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS Y APRENDIZAJES NECESARIOS PARA ALCANZAR EVALUACIÓN POSITIVA EN EL MÓDULO

En el módulo de Dinamización del punto de venta, los conocimientos y aprendizaje necesarios para alcanzar la evaluación positiva son:

- Organización de la superficie comercial:
  - Normativa y trámites administrativos en la apertura e implantación.
  - Recursos humanos y materiales en el punto de venta.
  - Técnicas de merchandising.
  - Distribución de los pasillos.
  - Implantación de las secciones.
  - Comportamiento del cliente en el punto de venta.
  - Determinantes del comportamiento del consumidor.

- Condicionantes externos del comportamiento del consumidor.
- Zonas calientes y zonas frías.
- Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales.
- Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta:
  - Estructura del surtido.
  - Caracterización del surtido.
  - Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido.
  - Métodos de determinación del surtido.
  - La amplitud del surtido.
  - La anchura del surtido.
  - La profundidad del surtido.
  - Elección de referencias.
  - Umbral de supresión de referencias.
  - Disposición del mobiliario.
  - Clasificación de productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación.
  - Definición y funciones del lineal.
  - Zonas y niveles del lineal.
  - Sistemas de reparto del lineal.
  - Sistemas de reposición del lineal.
  - Tipos de exposiciones del lineal.
  - Lineal óptimo.
  - Lineal mínimo.
  - Características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos.
  - Tiempos de exposición.
  - Los facings. Reglas de implantación.
  - Normativa vigente.
- Realización de publicidad en el lugar de venta:
  - La publicidad en el lugar de venta (PLV).
  - Formas publicitarias específicas de la publicidad en el lugar de venta (PLV).
  - Cartelería en el punto de venta.
  - Tipos de elementos de publicidad: stoppers, pancartas, displays y carteles, entre otros.
  - Normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.
- Realización de escaparates y cuidado de elementos exteriores:
  - Elementos exteriores.
  - Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.

- El escaparate: clases de escaparates.
- Presupuesto de implantación de escaparate.
- Cronograma.
- Criterios económicos y comerciales en la implantación.
- Incidencias en la implantación. Medidas correctoras.
- El escaparate y la comunicación.
- La percepción y la memoria selectiva.
- La imagen.
- La asimetría y la simetría.
- Las formas geométricas.
- Eficacia del escaparate: ratios de control.
- El color en la definición del escaparate: psicología y fisiología del color.
- Iluminación en escaparatismo.
- Elementos para la animación del escaparate: módulos, carteles, señalización y otros.
- Aspectos esenciales del escaparate.
- Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates.
- Bocetos de escaparates.
- Programas informáticos de diseño y distribución de espacios.
- Planificación de actividades.
- Materiales y medios.
- Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate y elementos exteriores.
  
- Determinación de acciones promocionales:
  - El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos.
  - El mix de comunicación: tipos y formas.
  - Políticas de comunicación.
  - Promociones de fabricante.
  - Promociones de distribuidor.
  - Promociones dirigidas al consumidor.
  - Productos gancho y productos estrella.
  - La publicidad en el lugar de venta.
  - La promoción de ventas.
  - Relaciones públicas.

- Elaboración de informes sobre política de comunicación utilizando aplicaciones informáticas.
- Ejecución de las campañas.
- Efectos psicológicos y sociológicos de las promociones en el consumidor.
- Normativa de seguridad e higiene en la realización de promociones de ventas.
- Aplicación de métodos de control de acciones de merchandising:
  - Adecuación promocional al establecimiento y a la planificación anual, mensual o semanal.
  - Criterios de control de las acciones promocionales.
  - Índices y ratios económico financieros: margen bruto, tasa de marca, stock medio, rotación del stock y rentabilidad bruta, entre otros.
  - Análisis de resultados.
  - Ratios de control de eficacia de acciones promocionales.
  - Aplicación de medidas correctoras.

## 6) PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DE LOS ALUMNOS Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN QUE VAYAN A APLICARSE.

En el módulo de Dinamización del Punto de venta hablamos de tres evaluaciones. Este módulo para evaluar distinguiremos entre parte teórica y práctica.

- **La parte teórica** constará de dos exámenes a lo largo de cada evaluación dándonos el 40% de la nota. Cada prueba constará de una serie de cuestiones a desarrollar por el alumno.

Cada pregunta deberá de ser contestada debidamente por el alumnado.

No se podrá dejar ninguna cuestión en blanco; en caso de que ocurriera, esa pregunta tendrá un cero de valoración..

De esta parte teórica sacamos una nota media; suponemos aceptable a partir de cinco. Por debajo de cinco el alumno estará no apto por mucho que saque en parte práctica.

- **La parte práctica** será evaluación continua a lo largo de dicha evaluación, contando un 40 % de la nota.

Cada semana se realizarán supuestos prácticos: escaparates, decorados, proyectos en el Archicad, trabajos, ejercicios, supuestos y trabajos

Cada supuesto práctico descrito anteriormente tendrá una nota de “0” a “10” que se plasmarán en sus fichas.

Al final de la evaluación al alumno se le efectúa una nota media de la parte práctica.

Se supone superada con una nota superior a cinco. Si no es apta esta parte, el módulo es no apto. Tiene que superar ambas partes.

- El 20% restante la obtenemos de los trabajos realizados en clase, participación, comportamiento, esfuerzo del alumno, ejercicios efectuados por alumno, asistencia a clase...Hay que tener en cuenta que este 20% está muy relacionado con la parte práctica (10% trabajos, comportamiento, esfuerzo..., 10% asistencia a clase)

• **Para aprobar el módulo tiene que superar el cinco de nota en cada parte (teórica, práctica y 20% de conducta, participación...)**

- El alumno que no traiga el material pedido por el profesor realizará, a mayores, un proyecto y tendrá nota negativa ese día.
- Si no trabaja adecuadamente en talleres, no realizará escaparates grupales en tiendas, haciéndolos individualmente, contando negativamente en la nota.
- Si varios alumnos reinciden en este punto habitualmente, se formará un grupo de trabajo con ellos.

Con carácter general, se evaluarán las capacidades terminales mediante la observación sistemática de las actividades realizadas, trabajo de equipo, atendiendo básicamente a la expresión formal, hábitos de trabajo, comprensión, espíritu crítico e iniciativa. Si nos referimos a clases no presenciales, valoraremos el trabajo en equipo a través de trabajos grupales que tendrán que realizar telemáticamente a través de la aplicación Classroom.

- Los alumnos podrán justificar sus faltas de asistencia de las siguientes maneras: presentando justificante médico, presentando una justificación de los padres, madres o tutores legales debidamente cumplimentada y firmada o cualquier otro justificante de carácter oficial. Además, los padres o tutores, tendrán que llamar al Centro Educativo para explicar esa falta de asistencia, teniendo como plazo una semana.
- Un alumno podrá tener un máximo de 12 faltas; a partir de la decimotercera no se le podrá aplicar la evaluación continua. Hay que tener en cuenta, que en los días que se tenga tres horas del mismo módulo, serán consideradas como tres faltas de asistencia.
- Si el alumno llega a clase después del docente, no podrá entrar en el aula significando una falta.
- Cuando un alumno supere el máximo de faltas por motivos justificados, se valorará su caso en el grupo de profesores
- Cuando un alumno se acerque al número máximo de faltas permitidas, se le podrá bajar la nota en la evaluación correspondiente.
- El alumno que no supere el 80% de asistencia durante el curso en cada módulo no podrá ser evaluado en junio perdiendo la escolaridad. En este caso, los padres del alumno, serán avisados por notificación escrita.
- En caso de que falte más de una hora en una jornada a un mismo módulo de carácter práctico y esta circunstancia se repita, el profesor tomará nota sobre la no realización de las fichas de prácticas y por consiguiente el alumno estará no apto en la evaluación correspondiente.
- Después de entrar el profesor el alumno no podrá entrar en el aula, considerándose como falta de asistencia.

En el caso de que se produzcan nuevos brotes de pandemia a lo largo del curso 2020/2021 que requieran la suspensión de la actividad educativa presencial de parte del alumnado o de toda la clase y al objeto de lograr una adecuada continuidad de los procesos de enseñanza-aprendizaje, se procedería a dar las clases del módulo de forma telemática a través de GSuite (Meet y Classroom)

Los criterios de calificación no variarían.

Todas las medidas de carácter educativo adoptadas permitirán y favorecerán los procesos de evaluación continua de los aprendizajes del alumnado.

En la medida de lo posible, las pruebas de evaluación con mayor dificultad en las calificaciones (realización de la parte práctica de escaparatismo) se llevarán a cabo de manera presencial y, en caso de suspensión de la actividad lectiva, se aplazarán hasta la vuelta a la actividad presencial o serán sustituidas por trabajos, pruebas u otras tareas autónomas a realizar por el alumnado, siempre que sea posible y que permitan al profesorado evaluar el nivel de desarrollo competencial del alumnado.

#### 7) ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN.

Serán necesarias cuando el alumno no alcance el nivel mínimo propuesto en los criterios de evaluación. Se realizará una metodología similar al de las evaluaciones, siendo importante que el alumno se sienta estimulado y orientado por el profesor, para corregir las deficiencias que puede tener.

Además, tendrá que realizar actividades de apoyo para la asimilación de la materia:

- Identificación de tipo de escaparates.
- Estructuración de los mismos.
- Realización de proyectos de escaparatismo.
- Explicación de terminología relacionada con merchandising.
- Realización de proyectos de merchandising.
- Trabajo fotográfico. Cada trimestre el alumno realizará un trabajo fotográfico de escaparates de temporada.

#### 8) SINGULARIDADES SOBRE EL N° MÁXIMO FALTAS ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR EVALUACIÓN CONTINUA.

- Para la obtención de calificación numérica trimestral (de 1 a 10), el alumno debe asistir a clase, en el módulo, al menos, el 80% de las horas lectivas con o sin justificante médico del padre/madre o tutor legal, durante el trimestre; si el alumno tuviese un porcentaje de asistencia menor, salvo situaciones extraordinarias valoradas por el equipo educativo no se le podrá aplicar la evaluación continua y estará no evaluado.
- Para la obtención de calificación numérica trimestral (de 1 a 10), el alumno deberá realizar todas aquellas actividades de obligado cumplimiento que se determinen a lo largo del trimestre; si el alumno no realiza todas aquellas actividades de obligado cumplimiento que se determinen a lo largo del trimestre, no se le podrá aplicar la evaluación continua y estará no evaluado.
- Para la obtención de calificación numérica final (de 1 a 10) en la convocatoria ordinaria de junio, será necesaria la asistencia regular, salvo situaciones extraordinarias valoradas por el equipo educativo, superior al 80% del curso lectivo, con o sin justificante médico del padre/madre o tutor legal. Si el porcentaje es inferior se pierde la convocatoria ordinaria de junio.
- Para la obtención de calificación numérica final (de 1 a 10) en la convocatoria ordinaria de junio, el alumno deberá realizar todas aquellas actividades de obligado cumplimiento que se determinen a lo largo del curso; si el alumno no realiza todas aquellas actividades de obligado

cumplimiento que se determinen a lo largo del curso en todos y cada uno de los módulos, perderá la convocatoria ordinaria de junio.

#### 9) PROCEDIMIENTOS A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO AL QUE NO PUEDA APLICARSE LA EVALUACIÓN CONTINUA.

Para aquellos alumnos a los que no se les puede aplicar la evaluación continua por faltas de asistencia o por no haber realizado las actividades de obligado cumplimiento en un determinado trimestre, el procedimiento a seguir será el siguiente:

- Realización, en el trimestre siguiente o en el final de curso, de las actividades de obligado cumplimiento que se hayan determinado en el trimestre correspondiente.
- Realización de actividades extraordinarias que se determinen.
- Realización de pruebas orales y/o escritas diferentes a las de recuperación

#### 10) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

Teniendo en cuenta los informes de evaluación psicopedagógicos, si los hubiera, o la observación del profesorado ante un alumno con dificultades de aprendizaje, se adoptará una metodología individualizada y personalizada a las necesidades y capacidades del alumno.

Las estrategias que podemos seguir son, entre otras, las siguientes:

- Agrupaciones flexibles; trabajo en grupo cooperativo, alternancia de agrupamientos...
- Pruebas específicas y personalizadas acorde a su informe.
- Flexibilidad metodológica: combinación de métodos, técnicas y actividades; utilización de diversos soportes (pizarra, papel, retroproyector, aula virtual...) y diferentes lenguajes.

Por el momento, no se observa que haya que adoptar ninguna medida especial con ningún alumno.

#### 11) METODOLOGÍA DIDÁCTICA ENCAMINADA A PROMOVER UNA VISIÓN GLOBAL DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS MEDIANTE LA INTEGRACIÓN DE LOS CONTENIDOS CIENTÍFICOS, TECNOLÓGICOS Y ORGANIZATIVOS teniendo en cuenta las orientaciones pedagógicas y metodológicas del módulo

La metodología a seguir en la enseñanza de este módulo debe ser eminentemente participativa y creativa, además de activa.

Esto supone por parte del profesor:

- Tratar con respeto las preguntas y las ideas insólitas.

- Hacer ver a los alumnos que sus ideas tienen valor.
- Dar oportunidad para el aprendizaje por iniciativa propia y reconocer su mérito.
- Crear la responsabilidad.
- Enseñar a tomar decisiones.
- Utilizar técnicas de equipo.
- Proponer y planificar objetivos con la colaboración de los estudiantes.

Todas estas orientaciones generales deben aún encontrar la necesaria correspondencia y manifestarse en la programación a través de:

- La claridad en la formulación de los aprendizajes que programemos. Cuanto mayor sea la evidencia de este hecho, así también será mayor la posibilidad de establecer relaciones, clasificaciones, comparaciones, análisis, etc... con los contenidos de aprendizajes nuevos.
- La disponibilidad de los conceptos previamente aprendidos al servicio de los aprendizajes nuevos. Cuando esta disponibilidad no la consigamos, estaremos transmitiendo aprendizajes mecánicos, memorísticos sin ningún poder de aplicación.
- La discriminación de los conceptos adquiridos. Los aprendizajes deben ser captados en relación con los demás, si no fuera así estaríamos enseñando contenidos confusos, inconsistentes y efímeros.
- La estabilidad y consistencia de lo aprendido en relación con los principios anteriores y con la permanencia motivadora de esos aprendizajes.

En caso de confinamiento por motivo de la crisis sanitaria creada por la COVID-19 se han adoptado las siguientes decisiones metodológicas y didácticas para llevar a cabo una educación a distancia:

- Observación diaria del trabajo del alumno, así como de su interés, evolución y aprendizaje significativo.
- Resolución de sus dudas y atención a sus dificultades, bien durante la jornada lectiva o fuera de ella si se considerase necesario.
- Elaboración de trabajos y tareas tanto individuales como grupales empleando las herramientas y recursos digitales.

## 12) MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS, INCLUIDOS MANUALES Y LOS LIBROS DE TEXTO PARA LOS ALUMNOS.

- Apuntes, presentaciones, actividades y ejercicios, que serán el guión conductor de los contenidos a desarrollar.
- Libro de texto, que se utilizará como material de apoyo y consulta: Dinamización del punto de venta (Ed. Paraninfo)
- Internet, donde se dispone de artículos de prensa y revistas especializadas.
- Plataforma de aprendizaje en línea GSuite con Meet y Classroom.
- Informáticos: ordenadores, impresoras, escáner, pizarra digital, DVD...
- Impresos: se utilizará la bibliografía de que disponga el departamento de comercio, así como material de papelería, revistas especializadas, fotografías, diapositivas, etc.
- Audiovisuales: pizarra digital, televisión, vídeo, cámara digital y de vídeo.
- Material escolar fungible diverso.



- Material de escapatismo: grapadoras, destornilladores, martillos, telas, cola, maderas, sierras...
- En el taller de escapatismo y decoración los alumnos tendrán que traer obligatoriamente el material requerido y bata.

### 13) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

Debido a la crisis sanitaria de la COVID-19, las actividades complementarias y extraescolares quedan suspendidas hasta que mejore la situación.

Trataremos, dentro de lo posible, realizar actividades telemáticas dentro del horario escolar.

Intentaremos realizar en el último trimestre la siguiente actividad:

- 6 de mayo: Concurso de escaparates en Santa Marta de Tormes. 1º AC
  - Objetivo: evaluar al alumnado sobre los conocimientos adquiridos en dinamización del punto de venta y marketing.
  - Responsable/s: Profesor de los módulos de Dinamización del punto de venta y Marketing en la Actividad Comercial.
  - Grupo/s al/a los que va destinada: Todos los alumnos de 1º Actividades Comerciales.
  - Breve descripción de su organización: desde las 8:30 hasta las 14:20, los alumnos de 1º Actividades Comerciales, divididos en grupos, realizarán el montaje de escaparates por empresas de Santa Marta de Tormes, previa entrega de proyecto al empresario.
  - Relación con el currículo de la materia: tiene relación con todas las unidades de dinamización del punto venta (merchandising y escapatismo)
- Desfile en CC Tormes.
  - Fecha: 19 de marzo.
  - Objetivo: realizar correctamente el marketing de eventos de un desfile, su merchandising, atención al público, publicidad y la gestión de recursos a utilizar.
  - Grupo/os a los que va destinada: todas las clases del centro educativo.
  - Breve descripción de su organización: tendrá lugar a lo largo de todo el día del 19 de marzo. Por la mañana los alumnos de peluquería peinan a los modelos mientras que los alumnos de actividades comerciales realizan el montaje de la pasarela y su merchandising. por la tarde tendrá lugar el desfile de los alumnos.
  - Relación con el currículo de la materia: tiene relación con todas las unidades de dinamización del punto venta (merchandising y escapatismo)

### 14) PROCEDIMIENTOS PARA EVALUAR EL AJUSTE ENTRE LAS PROGRAMACIONES DIDÁCTICAS Y LOS RESULTADOS ACADÉMICOS OBTENIDOS

- Grado de cumplimiento de objetivos y capacidades propuestos, de la metodología, temporalización.
- Realización de las actividades programadas.
- Porcentaje de alumnos que tiene calificación positiva en cada evaluación.