



## 1. Identificación da programación

### Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2023/2024

### Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM03	Xestión de vendas e espazos comerciais	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de proba libre

### Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (\*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0927	Xestión de produtos e promocións no punto de venda	2023/2024	0	105	0
MP0927_22	Accións promocionais en espazos comerciais	2023/2024	0	50	0
MP0927_12	Implantación de produtos	2023/2024	0	55	0

(\*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

### Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	IRENE BARRASA GARCÍA, MARÍA TERESA PEREIRA EIRÍN, YOLANDA ÁLVAREZ GARCÍA, DANIEL GARCÍA FRANCO (Subst.)
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

## 2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

### 2.1. Primeira parte da proba

#### 2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP0927_22) RA1 - Deseña accións promocionais no punto de venda, aplicando técnicas de merchandising axeitadas
(MP0927_12) RA1 - Determina a dimensión da variedade de produtos, definindo a colocación estratéxica para conseguir a xestión óptima do establecemento
(MP0927_22) RA2 - Determina os procedementos de selección e formación do persoal de promoción no punto de venda, definindo o perfil da persoa candidata e as accións formativas segundo o orzamento dispoñible
(MP0927_12) RA2 - Determina o procedemento de implantación da variedade de produtos nos lineais segundo criterios comerciais, optimizando as operacións de mantemento e reposición
(MP0927_12) RA3 - Calcula a rendibilidade da implantación da variedade de produtos, analizando e corrixindo as posibles desviacións sobre os obxectivos propostos
(MP0927_22) RA3 - Controla a eficiencia das accións promocionais, adoptando medidas que melloren a xestión da actividade

#### 2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
(MP0927_22) CA1.1 Identifícanse e organizáronse as accións de merchandising ou márketing directo adecuadas ao tipo de promoción definido no plan de márketing
(MP0927_12) CA1.1 Elixíuse a variedade de produtos de acordo coa información comercial dispoñible
(MP0927_22) CA1.2 Utilizáronse aplicacións informáticas na organización e na planificación das accións promocionais
(MP0927_12) CA1.2 Utilizáronse aplicacións informáticas de xestión comercial na análise da variedade de produtos
(MP0927_12) CA1.3 Calculáronse os coeficientes de ocupación do solo e do espazo para determinar a densidade comercial mediante follas de cálculo informáticas
(MP0927_22) CA1.4 Definiuse a forma e o contido da mensaxe promocional, consonte o plan de vendas ou promoción

<b>Criterios de avaliación do currículo</b>
(MP0927_22) CA1.5 Seleccionáronse os materiais e os soportes comerciais necesarios para as accións promocionais
(MP0927_12) CA1.5 Segmentouse a variedade de produtos en familias e servizos segundo obxectivos comerciais
(MP0927_22) CA1.6 Identificáronse os lugares máis idóneos para situar as promocións, de maneira que forcen o percorrido da clientela pola maior parte do establecemento
(MP0927_22) CA1.7 Realizáronse e colocáronse os indicadores visuais necesarios que dirixan a clientela cara ás zonas promocionais
(MP0927_12) CA1.7 Determinouse o número de referencias de cada familia de produtos e servizos segundo obxectivos comerciais
(MP0927_22) CA1.8 Simuláronse accións de información e atención á clientela durante a acción promocional, cumprindo os requisitos de amabilidade, claridade e precisión
(MP0927_12) CA1.8 Realizáronse estudos de análise da competencia e de expectativas dos/as consumidores/as para mellorar a elección da variedade de produtos
(MP0927_22) CA2.1 Definiuse o perfil do persoal de promoción necesario para desenvolver as diferentes accións promocionais
(MP0927_12) CA2.1 Establecéronse os niveis de exposición do lineal, atendendo ao seu valor comercial
(MP0927_22) CA2.2 Determináronse as accións formativas adecuadas ao persoal de promoción, en función das características do produto e aplicando técnicas de liderado e traballo en equipo
(MP0927_12) CA2.2 Asignáronse as referencias da variedade de produtos ao lineal en función dos plans de venda
(MP0927_22) CA2.3 Identificáronse os tipos de clientela, para lle proporcionar a atención e a información axeitadas durante a acción promocional
(MP0927_12) CA2.3 Calculouse o número óptimo de unidades dispostas na fachada dos andeis (facings) para cada referencia segundo criterios comerciais e de organización
(MP0927_22) CA2.4 Seleccionáronse as instrucións que cumpra transmitirle de xeito claro e preciso ao persoal encargado de realizar as accións promocionais
(MP0927_12) CA2.4 Utilizáronse aplicacións informáticas para a optimización do lineal
(MP0927_22) CA2.5 Analizouse a normativa de seguridade e prevención de riscos laborais, para garantir o seu cumprimento durante a realización das accións promocionais
(MP0927_12) CA2.5 Determinouse o sistema de organización dos recursos humanos e materiais necesarios nas operacións de colocación, reposición e mantemento dos lineais
(MP0927_12) CA2.6 Calculouse o número de traballadores/as que se precisa en cada sección ou actividade en función do tempo de implantación dos produtos

<b>Criterios de avaliación do currículo</b>
(MP0927_12) CA2.7 Elaboráronse instrucións claras e precisas de colocación, reposición e mantemento dos lineais para llas transmitir ao equipo humano
(MP0927_12) CA2.8 Programouse e organizouse a reposición de produtos, asegurando a súa presenza continua no lineal
(MP0927_22) CA3.1 Establecéronse procedementos de control que permitan detectar desviacións respecto aos obxectivos
(MP0927_12) CA3.1 Calculouse o rendemento da superficie de venda, utilizando follas de cálculo informáticas
(MP0927_22) CA3.2 Elaboráronse tests e enquisas de valoración das campañas promocionais que permitan obter información sobre a súa rendibilidade e a súa eficacia
(MP0927_12) CA3.2 Utilizáronse os instrumentos cualitativos e cuantitativos, así como os parámetros de xestión e calidade, para valorar de xeito periódico a implantación dos produtos
(MP0927_22) CA3.3 Calculáronse as razóns de control das campañas promocionais mediante programas específicos ou xenéricos de xestión
(MP0927_12) CA3.3 Calculouse a eficacia financeira dunha familia de produtos mediante o uso de follas de cálculo informáticas
(MP0927_22) CA3.4 Detectáronse as desviacións producidas respecto aos obxectivos comerciais planificados
(MP0927_12) CA3.4 Definíronse os parámetros que implican a supresión dunha referencia da variedade de produtos
(MP0927_22) CA3.5 Propuxéronse as medidas correctoras máis eficaces sobre as desviacións detectadas
(MP0927_12) CA3.5 Definíronse as variables e os sistemas ou criterios de calidade necesarios para introducir novas referencias na variedade de produtos
(MP0927_12) CA3.6 Calculouse a rendibilidade das políticas de merchandising mediante a aplicación informática axeitada

## **2.2. Segunda parte da proba**

### **2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

<b>Resultados de aprendizaxe do currículo</b>
(MP0927_22) RA1 - Deseña accións promocionais no punto de venda, aplicando técnicas de merchandising axeitadas
(MP0927_12) RA1 - Determina a dimensión da variedade de produtos, definindo a colocación estratéxica para conseguir a xestión óptima do establecemento

<b>Resultados de aprendizaxe do currículo</b>
(MP0927_12) RA2 - Determina o procedemento de implantación da variedade de produtos nos lineais segundo criterios comerciais, optimizando as operacións de mantemento e reposición
(MP0927_12) RA3 - Calcula a rendibilidade da implantación da variedade de produtos, analizando e corrixindo as posibles desviacións sobre os obxectivos propostos
(MP0927_22) RA3 - Controla a eficiencia das accións promocionais, adoptando medidas que melloren a xestión da actividade

### 2.2.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

<b>Criterios de avaliación do currículo</b>
(MP0927_22) CA1.3 Calculouse o orzamento necesario para levar a cabo a acción promocional
(MP0927_12) CA1.3 Calculáronse os coeficientes de ocupación do solo e do espazo para determinar a densidade comercial mediante follas de cálculo informáticas
(MP0927_22) CA1.4 Definiuse a forma e o contido da mensaxe promocional, consonte o plan de vendas ou promoción
(MP0927_12) CA1.4 Distribuíronse os metros lineais do establecemento entre cada familia de produtos e/ou servizos, utilizando programas informáticos
(MP0927_12) CA1.6 Aplicáronse métodos de cálculo da dimensión da variedade de produtos para asegurar a rendibilidade do punto de venda
(MP0927_12) CA1.7 Determinouse o número de referencias de cada familia de produtos e servizos segundo obxectivos comerciais
(MP0927_12) CA2.3 Calculouse o número óptimo de unidades dispostas na fachada dos andeis (facings) para cada referencia segundo criterios comerciais e de organización
(MP0927_12) CA2.6 Calculouse o número de traballadores/as que se precisa en cada sección ou actividade en función do tempo de implantación dos produtos
(MP0927_22) CA3.1 Establecéronse procedementos de control que permitan detectar desviacións respecto aos obxectivos
(MP0927_12) CA3.1 Calculouse o rendemento da superficie de venda, utilizando follas de cálculo informáticas
(MP0927_22) CA3.2 Elaboráronse tests e enquisas de valoración das campañas promocionais que permitan obter información sobre a súa rendibilidade e a súa eficacia
(MP0927_12) CA3.2 Utilizáronse os instrumentos cualitativos e cuantitativos, así como os parámetros de xestión e calidade, para valorar de xeito periódico a implantación dos produtos

**Criterios de avaliación do currículo**

(MP0927\_22) CA3.3 Calculáronse as razóns de control das campañas promocionais mediante programas específicos ou xenéricos de xestión

(MP0927\_12) CA3.3 Calculouse a eficacia financeira dunha familia de produtos mediante o uso de follas de cálculo informáticas

(MP0927\_22) CA3.4 Detectáronse as desviacións producidas respecto aos obxectivos comerciais planificados

(MP0927\_12) CA3.4 Definíronse os parámetros que implican a supresión dunha referencia da variedade de produtos

(MP0927\_22) CA3.5 Propuxéronse as medidas correctoras máis eficaces sobre as desviacións detectadas

(MP0927\_12) CA3.5 Definíronse as variables e os sistemas ou criterios de calidade necesarios para introducir novas referencias na variedade de produtos

(MP0927\_12) CA3.6 Calculouse a rendibilidade das políticas de merchandising mediante a aplicación informática axeitada

(MP0927\_12) CA3.7 Realizáronse informes que reflectan os resultados e as conclusións sobre a rendibilidade das políticas de merchandising aplicadas

**3. Mínimos exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación**

Todos os elementos curriculares (resultados de aprendizaxe, criterios de avaliación e bloques de contidos asociais) deste módulo son mínimos exixibles e poden ser preguntados en calquera das partes da proba. Para obter unha avaliación positiva é preciso superar cada unha das partes con 5 puntos sobre 10 como mínimo. A cualificación final, sempre que estean aprobadas as dúas partes da proba, realizarase mediante unha media aritmética das dúas cualificacións, teórica e práctica.

**4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento****4.a) Primeira parte da proba**

PARTE TEÓRICA: Constará de preguntas a desenvolver ou tipo test.

No caso de ser tipo test, constará de 40 preguntas sobre os contidos teóricos do módulo onde cada pregunta ben contestada vale 0,25 puntos, cada dúas preguntas mal contestadas restan 0,25 puntos e as non contestadas non penalizan.

No caso de preguntas a desenvolver, contará de 10 preguntas sobre os contidos teóricos do módulo que valerán 1 punto cada unha.

Cada pregunta terá un valor de 1 punto.

#### 4.b) Segunda parte da proba

Consistirá na resolución de problemas relativos os contidos do módulo (a puntuación será de 0 a 10).

A modo orientativo os problemas afondaran nos seguintes conceptos:

Cálculo de asignación de espacio ós produtos no lineal.

Cálculo do COS "Coeficiente de ocupación del suelo".

Cálculo da rendibilidade da implantación da variedade de produtos.

Índice de rotación

Índice do lineal

Rendibilidade do lineal

Rendibilidade lineal media

Rendibilidade comparada

Coeficiente de rendibilidade

Índice de atracción dos produtos

Rendibilidade do punto de venta

Beneficio Directo do produto

Control da eficiencia das accións promocionais.

Cálculo do punto crítico dunha promoción

Cálculos relativos a promocións de precio tipo "3 unidades polo precio de 2" (3x2)

Cálculos relativos a promocións tipo "2ª unidade a metade de precio"

Promocións en venta por lotes

Taxa de marca

Rotación de existencias

Rendibilidade dunha promoción.

Elasticidade dos produtos e a súa influencia nas promocións

Cálculo das ratios de control das accións promocionais

Taxa de conversión



Taxas de recuperación (referido a ofertas con vales desconto ou cupóns).

Taxa de rescate

Taxa de promoción

Taxa de desplazamento