



1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2024/2025

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CMCOM01	Actividades comerciais	Ciclos formativos de grao medio	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1231	Dinamización do punto de venda	2024/2025	0	160	0
MP1231_12	Organización da superficie comercial e merchandising	2024/2025	0	110	0
MP1231_22	Rotulación, cartelaría e escaparatismo	2024/2025	0	50	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	NOELA MARTÍNEZ OSEIRA
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
(MP1231_22) RA1 - Realiza traballos de decoración, sinalética, rotulación e cartelaría, aplicando técnicas de publicidade e animación no punto de venda
(MP1231_12) RA1 - Organiza a superficie comercial, aplicando técnicas de aproveitamento óptimo de espazos e criterios de seguridade e hixiene
(MP1231_22) RA2 - Realiza os escaparates adecuados ás características esenciais dos establecementos e coida os elementos exteriores, aplicando técnicas profesionais
(MP1231_12) RA2 - Coloca, expón e repón os produtos na zona de venda, atendendo a criterios comerciais, a condicións de seguridade e á normativa
(MP1231_12) RA3 - Determina accións promocionais para rendibilizar os espazos de establecementos comerciais, aplicando técnicas para incentivar a venda, e para a captación e fidelización de clientela
(MP1231_12) RA4 - Aplica métodos de control de accións de merchandising e avalía os resultados obtidos

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
(MP1231_12) CA1.1 Identifícanse os trámites oportunos para a obtención de licenzas e autorizacións de elementos externos na vía pública
(MP1231_22) CA1.1 Animouse e decorouse o establecemento segundo a planificación anual, dinamizándoo segundo a política comercial do establecemento
(MP1231_12) CA1.2 Dispuxéronse os elementos da tenda, da moblaxe e de exposición, segundo as necesidades da superficie de venda
(MP1231_22) CA1.2 Elaborouse papelería segundo o libro de estilo corporativo dun establecemento
(MP1231_12) CA1.3 Determináronse as principais técnicas de merchandising que se utilizan na distribución dunha superficie de venda
(MP1231_22) CA1.3 Asociáronse tipografías cos efectos que producen na poboación consumidora



Criterios de avaliación do currículo
(MP1231_12) CA1.4 Definíronse as características dunha zona fría e dunha zona quente nun establecemento comercial
(MP1231_22) CA1.4 Elaboráronse formas de cartelaría acordes con cada posicionamento e coa sinalética
(MP1231_12) CA1.5 Determináronse métodos para reducir barreiras psicolóxicas e físicas de acceso ao establecemento comercial
(MP1231_22) CA1.5 Creáronse mensaxes que se lle queiran transmitir á clientela mediante as técnicas de rotulación, combinando materiais que consigan a harmonización entre forma, textura e cor
(MP1231_12) CA1.6 Descríbense as medidas que se aplican nos establecementos comerciais para conseguir que a circulación da clientela sexa fluída e poida permanecer o máximo tempo posible no interior
(MP1231_12) CA1.7 Descríbense os criterios que se utilizan na distribución lineal do solo por familia de produtos, explicando vantaxes e inconvenientes
(MP1231_12) CA1.8 Identificouse a normativa de seguridade e hixiene referida á distribución en planta dunha superficie comercial
(MP1231_12) CA2.1 Delimitáronse as dimensións da variedade de produtos
(MP1231_22) CA2.1 Analizouse un estudo no que se analice o deseño e a montaxe de escaparates en establecementos comerciais de diferentes tipos
(MP1231_12) CA2.2 Estableceuse o número de referencias segundo características dos produtos, espazo dispoñible e tipo de lineal
(MP1231_22) CA2.2 Explicáronse os efectos psicolóxicos que producen na poboación consumidora as técnicas utilizadas en escaparatismo
(MP1231_22) CA2.3 Argumentáronse as funcións e os obxectivos que pode ter un escaparate
(MP1231_12) CA2.4 Analizáronse os efectos que producen na poboación consumidora os modos de colocación de produtos nos lineais
(MP1231_22) CA2.4 Definíronse os criterios de valoración do impacto que pode producir un escaparate no volume de vendas
(MP1231_12) CA2.5 Clasificáronse os produtos en familias, consonte a normativa
(MP1231_22) CA2.5 Especificáronse os criterios de selección dos materiais que se vaian utilizar e o orzamento dispoñible
(MP1231_12) CA2.6 Identificáronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos en diversos niveis, zonas do lineal e posicións
(MP1231_22) CA2.6 Definíronse os criterios de composición e montaxe dos escaparates, atendendo a criterios comerciais



Criterios de avaliación do currículo
(MP1231_12) CA3.1 Describíronse os medios promocionais que habitualmente se utilizan nun pequeno establecemento comercial
(MP1231_12) CA3.2 Enumeráronse as principais técnicas psicolóxicas que se aplican nunha acción promocional
(MP1231_12) CA3.3 Consideráronse as situacións susceptibles de introducir unha acción promocional
(MP1231_12) CA3.5 Seleccionouse a acción promocional máis axeitada para os obxectivos comerciais
(MP1231_12) CA4.1 Estableceuse o procedemento de obtención do valor das razóns de control
(MP1231_12) CA4.2 Describíronse os instrumentos de medida que se utilizan para valorar a eficacia dunha acción promocional

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP1231_22) RA1 - Realiza traballos de decoración, sinalética, rotulación e cartelaría, aplicando técnicas de publicidade e animación no punto de venda
(MP1231_12) RA1 - Organiza a superficie comercial, aplicando técnicas de aproveitamento óptimo de espazos e criterios de seguridade e hixiene
(MP1231_22) RA2 - Realiza os escaparates adecuados ás características esenciais dos establecementos e coida os elementos exteriores, aplicando técnicas profesionais
(MP1231_12) RA2 - Coloca, expón e repón os produtos na zona de venda, atendendo a criterios comerciais, a condicións de seguridade e á normativa
(MP1231_12) RA3 - Determina accións promocionais para rendibilizar os espazos de establecementos comerciais, aplicando técnicas para incentivar a venda, e para a captación e fidelización de clientela
(MP1231_12) RA4 - Aplica métodos de control de accións de merchandising e avalía os resultados obtidos



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

Criterios de avaliación do currículo
(MP1231_12) CA1.1 Identificáronse os trámites oportunos para a obtención de licenzas e autorizacións de elementos externos na vía pública
(MP1231_22) CA1.1 Animouse e decorouse o establecemento segundo a planificación anual, dinamizándoo segundo a política comercial do establecemento
(MP1231_12) CA1.2 Dispuxéronse os elementos da tenda, da moblaxe e de exposición, segundo as necesidades da superficie de venda
(MP1231_22) CA1.2 Elaborouse papelería segundo o libro de estilo corporativo dun establecemento
(MP1231_12) CA1.3 Determináronse as principais técnicas de merchandising que se utilizan na distribución dunha superficie de venda
(MP1231_22) CA1.3 Asociáronse tipografías cos efectos que producen na poboación consumidora
(MP1231_12) CA1.4 Definíronse as características dunha zona fría e dunha zona quente nun establecemento comercial
(MP1231_22) CA1.4 Elaboráronse formas de cartellaría acordes con cada posicionamento e coa sinalética
(MP1231_12) CA1.5 Determináronse métodos para reducir barreiras psicolóxicas e físicas de acceso ao establecemento comercial
(MP1231_22) CA1.5 Creáronse mensaxes que se lle queiran transmitir á clientela mediante as técnicas de rotulación, combinando materiais que consigan a harmonización entre forma, textura e cor
(MP1231_12) CA1.6 Descríbóronse as medidas que se aplican nos establecementos comerciais para conseguir que a circulación da clientela sexa fluída e poida permanecer o máximo tempo posible no interior
(MP1231_22) CA1.6 Utilizáronse programas informáticos de edición ao realizar carteis para o establecemento
(MP1231_12) CA1.7 Descríbóronse os criterios que se utilizan na distribución lineal do solo por familia de produtos, explicando vantaxes e inconvenientes
(MP1231_22) CA1.7 Montáronse os elementos decorativos en condicións de seguridade e prevención de riscos laborais
(MP1231_12) CA1.8 Identificouse a normativa de seguridade e hixiene referida á distribución en planta dunha superficie comercial
(MP1231_12) CA2.1 Delimitáronse as dimensións da variedade de produtos



Criterios de avaliación do currículo
(MP1231_22) CA2.1 Analizouse un estudo no que se analice o deseño e a montaxe de escaparates en establecementos comerciais de diferentes tipos
(MP1231_12) CA2.2 Estableceuse o número de referencias segundo características dos produtos, espazo dispoñible e tipo de lineal
(MP1231_22) CA2.2 Explicáronse os efectos psicolóxicos que producen na poboación consumidora as técnicas utilizadas en escaparatismo
(MP1231_12) CA2.3 Realizáronse simulacións de rotación dos produtos nos lineais dun establecemento comercial
(MP1231_22) CA2.3 Argumentáronse as funcións e os obxectivos que pode ter un escaparate
(MP1231_12) CA2.4 Analizáronse os efectos que producen na poboación consumidora os modos de colocación de produtos nos lineais
(MP1231_22) CA2.4 Definíronse os criterios de valoración do impacto que pode producir un escaparate no volume de vendas
(MP1231_12) CA2.5 Clasificáronse os produtos en familias, consonte a normativa
(MP1231_22) CA2.5 Especificáronse os criterios de selección dos materiais que se vaian utilizar e o orzamento dispoñible
(MP1231_12) CA2.6 Identificáronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos en diversos niveis, zonas do lineal e posicións
(MP1231_22) CA2.6 Definíronse os criterios de composición e montaxe dos escaparates, atendendo a criterios comerciais
(MP1231_12) CA2.7 Interpretáronse planogramas de implantación e reposición de produtos no lineal
(MP1231_22) CA2.7 Deseñáronse escaparates aplicando os métodos axeitados e as técnicas precisas, segundo un bosquexo
(MP1231_12) CA2.8 Realizouse a distribución e a colocación dos produtos no lineal, aplicando técnicas de merchandising
(MP1231_22) CA2.8 Montáronse escaparates con obxectivos comerciais diversos
(MP1231_12) CA3.1 Descríbóronse os medios promocionais que habitualmente se utilizan nun pequeno establecemento comercial
(MP1231_12) CA3.2 Enumeráronse as principais técnicas psicolóxicas que se aplican nunha acción promocional
(MP1231_12) CA3.3 Consideráronse as situacións susceptibles de introducir unha acción promocional



Criterios de avaliación do currículo
(MP1231_12) CA3.4 Programáronse, segundo as necesidades comerciais e o orzamento, as accións máis axeitadas
(MP1231_12) CA3.5 Seleccionouse a acción promocional máis axeitada para os obxectivos comerciais
(MP1231_12) CA4.1 Estableceuse o procedemento de obtención do valor das razóns de control
(MP1231_12) CA4.2 Describíronse os instrumentos de medida que se utilizan para valorar a eficacia dunha acción promocional
(MP1231_12) CA4.3 Calculáronse as razóns que se utilizan para o control das accións de merchandising
(MP1231_12) CA4.4 Avaliouse a eficacia da acción promocional, utilizando as principais razóns que a cuantifican
(MP1231_12) CA4.5 Realizáronse informes onde se interpreten e se argumenten os resultados obtidos

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

Tódolos elementos curriculares do módulo son mínimos exixibles.
Para acadar unha avaliación positiva haberá que superar dúas probas:
unha teórica e outra práctica, obtendo en cadansúa polo menos 5 puntos sobre 10.
A cualificación final será a media de ambas.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Proba teórica:

Constará dunha serie de preguntas (mínimo de 20 e máximo de 50).
Poderán ser: de resposta curta, tipo test, de V ou F, de cubrir espazos baleiros, de relacionar...etc.
(a proba poderá elaborarse cunha mistura de todas elas ou centrarse nunha tipoloxía en concreto).
Nesta proba teórica indicárase a puntuación que se lle outorga a cada pregunta, que irá en función da súa complexidade.
Para superar esta parte teórica é preciso acadar 5 puntos sobre 10.



4.b) Segunda parte da proba

Consistirá na realización dun cuestionario de ata 10 exercicios prácticos nos que o candidato terá que poñer en práctica os contidos do módulo (deseño dun escaparate, carteis, folletos, detección de zonas frías e quentes, ordenación dun lineal, análise do surtido, accións promocionais no lugar de venda, análise dun escaparate, cálculo dos índices empregados no merchandising, cálculo dos índices empregados en escaparatismo, etc.)

Cada exercicio terá unha puntuación de entre 1 e 2,5 puntos.

A puntuación máxima desta parte será de 10 puntos. Considerarase superada esta proba práctica obtendo unha puntuación mínima de 5 puntos.