

PROGRAMACIÓN

DUAL

**IES NUESTRA SEÑORA
DE LA VICTORIA**

B1.4.- ATENCIÓN AL CLIENTE.

MÓDULO: Atención al cliente.

OBJETIVOS.

La formación del módulo se relaciona con el objetivo general del ciclo formativo f) y la competencia profesional, personal y social f) del título. Además se relaciona con los objetivos t), u), w), x), y) y z) y las competencias r), s), t), v), w), y x) que se incluirán en este módulo profesional de forma coordinada con el resto de módulos profesionales.

- Objetivo general del ciclo formativo:

f) Identificar las necesidades de los clientes y la información precisa para satisfacerlas, aplicando técnicas y protocolos de resolución de incidencias y quejas para atender a los clientes.

- Competencia profesional, personal y social f) del título: atender al cliente, suministrando información sobre la localización y características de los productos, demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades y aplicando, en su caso, técnicas protocolizadas para la resolución de quejas.

CONTENIDOS Y ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE. SECUENCIACIÓN

CONTENIDOS	ESTANDARES	SECUENCIACION
<p>UD1: Atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El proceso de comunicación. Agentes y elementos que intervienen. ✓ Tipos de comunicación. Oral y escrita. ✓ Barreras y dificultades comunicativas. ✓ Comunicación verbal. Comunicación verbal simple y afectiva. Emisión y recepción de mensajes orales. ✓ Técnicas para hablar correctamente en público. ✓ Motivación, frustración y mecanismos de defensa. Comunicación no verbal. ✓ Empatía, receptividad, asertividad y otras habilidades sociales. ✓ Cualidades y habilidades personales necesarias para una correcta atención al cliente. ✓ Técnicas de atención al cliente presencial, telefónicas y escritas. 	<p>1. Atiende a posibles clientes, reconociendo las diferentes técnicas de comunicación.</p>	<p>UD 1: Atención al cliente</p>
<p>UD2: Venta de productos y servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Exposición de las cualidades de los productos y servicios. ✓ El vendedor. Características, funciones y actitudes. Cualidades y aptitudes para la venta y su desarrollo. ✓ El vendedor profesional: modelo de actuación. Relaciones con los clientes. ✓ Tipología de ventas. ✓ Fases de la entrevista de ventas. ✓ Técnicas de venta. ✓ Técnicas de negociación aplicada a la venta. ✓ Aspectos relevantes de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista. 	<p>2. Comunica al posible cliente las diferentes posibilidades del servicio, justificándolas desde el punto de vista técnico.</p>	<p>UD 2: Venta de productos y servicios.</p>
<p>UD3: Información al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Roles, objetivos y relación cliente-profesional. ✓ Tipología de clientes y su relación con la prestación del servicio. ✓ Atención personalizada como base de la confianza en la oferta de servicio. 	<p>3. Informa al probable cliente del servicio realizado, justificando las operaciones ejecutadas.</p>	<p>UD 3: Información al cliente</p>

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Necesidades y gustos del cliente, así como criterios de satisfacción de los mismos. ✓ Calidad en el servicio de atención al cliente. ✓ Fidelización de clientes. ✓ Seguimiento de la relación comercial. ✓ Objeciones de los clientes y su tratamiento. ✓ Parámetros clave que identificar para la clasificación del artículo recibido. Técnicas de recogida de los mismos. ✓ Documentación básica vinculada a la prestación de servicios. 		
<p>UD4: Tratamiento de reclamaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Legislación básica que afecta a consumidores y usuarios. ✓ Organizaciones e Instituciones de protección al consumidor. ✓ Técnicas utilizadas en la actuación ante reclamaciones. Gestión de reclamaciones. Alternativas reparadoras. Elementos formales que contextualizan una reclamación. ✓ Documentos necesarios o pruebas de una reclamación. Procedimiento de recogida de las reclamaciones. ✓ Utilización de herramientas informáticas de gestión de reclamaciones. 	<p>4. Atiende reclamaciones de posibles clientes, reconociendo el protocolo de actuación.</p>	<p>UD 4: Tratamiento de reclamaciones</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>RA1: Atiende a posibles clientes, reconociendo las diferentes técnicas de comunicación.</p>	<p>EN FORMACIÓN INICIAL:</p> <p>f) Se ha dado respuesta a una pregunta de fácil solución, utilizando el léxico comercial adecuado.</p> <p>g) Se ha expresado un tema prefijado de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores.</p> <p><i>EN FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN EL CENTRO EDUCATIVO:</i></p> <p>a) <i>Se ha analizado el comportamiento del posible cliente.</i></p> <p>b) <i>Se han adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.</i></p> <p>c) <i>Se ha obtenido la información necesaria del posible cliente.</i></p> <p>d) <i>Se ha favorecido la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la misma.</i></p> <p>e) <i>Se ha mantenido una conversación, utilizando las fórmulas, léxico comercial y nexos de comunicación (pedir aclaraciones, solicitar información, pedir a alguien que repita y otros).</i></p> <p>h) <i>Se ha mantenido una actitud conciliadora y sensible a los demás, demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.</i></p> <p>i) <i>Se ha transmitido información con claridad, de manera ordenada, estructura clara y precisa.</i></p> <p>EN FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN LA EMPRESA:</p> <p>Los mismos que hemos visto en alternancia en el centro educativo, se logran a través de las siguientes actividades propuestas por el centro y a realizar en la empresa:</p> <p>2. Empaquetado de los productos.</p> <p>3. Atención al cliente en el punto de venta.</p>

<p>RA2: Comunica al posible cliente las diferentes posibilidades del servicio, justificándolas desde el punto de vista técnico.</p>	<p>EN FORMACIÓN INICIAL:</p> <p>a) Se han analizado las diferentes tipologías de público. b) Se han diferenciado clientes de proveedores, y éstos del público en general. c) Se ha reconocido la terminología básica de comunicación comercial. d) Se ha diferenciado entre información y publicidad. e) Se han adecuado las respuestas en función de las preguntas del público.</p> <p><i>EN FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN EL CENTRO EDUCATIVO:</i></p> <p><i>f) Se ha informado al cliente de las características del servicio, especialmente de las calidades esperables.</i> <i>g) Se ha asesorado al cliente sobre la opción más recomendable, cuando existen varias posibilidades, informándole de las características y acabados previsibles de cada una de ellas.</i> <i>h) Se ha solicitado al cliente que comunique la elección de la opción elegida.</i></p> <p>EN FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN LA EMPRESA:</p> <p>Los mismos que hemos visto en alternancia en el centro educativo, se logran a través de las siguientes actividades propuestas por el centro y a realizar en la empresa:</p> <p>3. Atención al cliente en el punto de venta.</p>
<p>RA3: Informa al probable cliente del servicio realizado, justificando las operaciones ejecutadas.</p>	<p>EN FORMACIÓN INICIAL:</p> <p>b) Se han transmitido al cliente, de modo oportuno, las operaciones a llevar a cabo en los artículos entregados y los tiempos previstos para ello.</p> <p><i>EN FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN EL CENTRO EDUCATIVO:</i></p> <p><i>a) Se ha hecho entrega al cliente de los artículos procesados, informando de los servicios realizados en los artículos.</i> <i>c) Se han identificado los documentos de entrega asociados al servicio o producto.</i> <i>d) Se ha recogido la conformidad del cliente con el acabado obtenido, tomando nota, en caso contrario, de sus objeciones, de modo adecuado.</i></p>

	<p>e) <i>Se ha valorado la pulcritud y corrección, tanto en el vestir como en la imagen corporal, elementos clave en la atención al cliente.</i></p> <p>f) <i>Se ha mantenido en todo momento el respeto hacia el cliente</i></p> <p>g) <i>Se ha intentado la fidelización del cliente con el buen resultado del trabajo.</i></p> <p>h) <i>Se ha definido periodo de garantía y las obligaciones legales aparejadas.</i></p> <p>EN FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN LA EMPRESA:</p> <p>Los mismos que hemos visto en alternancia en el centro educativo, se logran a través de las siguientes actividades propuestas por el centro y a realizar en la empresa:</p> <p>2. Empaquetado de los productos.</p> <p>3. Atención al cliente en el punto de venta.</p>
<p>RA4: Atiende reclamaciones de posibles clientes, reconociendo el protocolo de actuación.</p>	<p>EN FORMACIÓN INICIAL:</p> <p>a) Se han ofrecido alternativas al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables, exponiendo claramente los tiempos y condiciones de las operaciones a realizar, así como del nivel de probabilidad de modificación esperable.</p> <p>b) Se han reconocido los aspectos principales en los que incide la legislación vigente, en relación con las reclamaciones.</p> <p>c) Se ha suministrado la información y documentación necesaria al cliente para la presentación de una reclamación escrita, si éste fuera el caso.</p> <p>d) Se han recogido los formularios presentados por el cliente para la realización de una reclamación.</p> <p>e) Se ha cumplimentado una hoja de reclamación.</p> <p>f) Se ha compartido información con el equipo de trabajo.</p> <p>PARA ESTE RESULTADO DE APRENDIZAJE NO HAY FORMACIÓN EN ALTERNANCIA.</p>

TEMPORALIZACIÓN

Este módulo tiene asignadas 160 horas, y esto nos dará 5 sesiones semanales (durante 32 semanas).

El calendario escolar del curso 2018/2019 para Málaga establece que las clases quedarán distribuidas de esta forma:

Comenzarán el 17 de septiembre y el primer trimestre dura hasta el 21 de Diciembre. Salen de esta forma 14 semanas en el primer trimestre, incluyen 3 festivos, con lo que podemos estimar que las horas del mismo serán: 14 semanas * 5 horas/semana – 3 horas (estimamos que se pierden por festivos) = 67 horas.

Para el segundo trimestre van del 8 de Enero al 12 de Abril; podemos estimar en total: 13 semanas * 5 horas/semana – 2 horas (primera semana tiene 4 días) = 63 horas.

Para el tercer trimestre lo desglosamos en dos partes: del 22 de Abril al 31 de Mayo; podemos estimar en total: 6 semanas * 5 horas = 30 horas.

Como vemos hasta aquí nos suman: $67+63+30 = 160$ horas.

Como este módulo está dualizado tenemos para este curso escolar un total de 85 Horas en Alternancia. El periodo de formación en alternancia comenzará a mediados de enero de 2019; lo cual nos va a dejar este reparto horario en el segundo y tercer trimestre.

Para el segundo trimestre tenemos:

- ✓ 2 semanas sin alternancia (las 2 primeras de enero de 2019).
- ✓ 11 semanas en alternancia * 5 horas/semana = 55 horas en alternancia.

Para el tercer trimestre tenemos.

- ✓ 6 semanas en alternancia * 5 horas/semana = 30 horas en alternancia.

Quedando así la previsión de horas lectivas del curso 2018/2019, para los alumnos que no van a la formación dual:

CURSO 2018/2019	TRIMESTRE	HORAS EN EL CENTRO	HORAS EN ALTERNANCIA
	1ER TRIMESTRE	67 HORAS	0 HORAS
	2º TRIMESTRE	8 HORAS	55 HORAS
	3ER TRIMESTRE	0 HORAS	30 HORAS

Y esta es la previsión de horas lectivas del curso 2018/2019, para los alumnos que no van a la formación dual:

CURSO 2018/2019	TRIMESTRE	HORAS EN EL CENTRO
	1ER TRIMESTRE	67 HORAS
	2º TRIMESTRE	63 HORAS
	3ER TRIMESTRE	30 HORAS

El módulo se encuentra dividido en estas 4 Unidades Didácticas:

Ud.1.Atención al Cliente.

Ud.2.Venta de productos y Servicios.

Ud.3.Información al Cliente.

Ud.4. Tratamiento de Reclamaciones.

Teniendo esto en cuenta, planificamos el reparto horario para el próximo curso escolar, para los alumnos que van a la formación dual:

Unidad	TÍTULO	TRIMESTRE	HORAS CENTRO EDUCATIVO	HORAS EN LA EMPRESA
1	Atención al Cliente.	1-2	5	40
2	Venta de productos y Servicios.	1-2	30	10
3	Información al Cliente.	1-2	5	35
4	Tratamiento de Reclamaciones.	1	35	
SUMA HORARIA TOTAL:			75	85

Hay que tener en cuenta que las 75 horas que se den en el centro educativo los alumnos que van a la formación dual se reparten de esta forma: 67 horas en el 1er trimestre y 8 en el 2º trimestre.

Teniendo esto en cuenta, planificamos el reparto horario para el próximo curso escolar, para los alumnos que no van a la formación dual:

Unidad	TÍTULO	TRIMESTRE	HORAS CENTRO EDUCATIVO
1	Atención al Cliente.	1-2-3	45
2	Venta de productos y Servicios.	1-2-3	40
3	Información al Cliente.	1-2-3	40
4	Tratamiento de Reclamaciones.	1	35
SUMA HORARIA TOTAL:			160

De esta forma los alumnos que no van a la formación dual deberán adquirir en el centro educativo los contenidos que los que sí que van a la formación dual van a adquirir en la empresa (durante el 2º y 3er trimestre).

EVALUACIÓN

La evaluación será continua e integradora en cuanto que estará inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado. La aplicación del proceso de evaluación continua a los alumnos requiere la asistencia regular a las clases y actividades programadas para el módulo profesional.

¿Qué evaluar?

Son criterios realizados por el profesor/a que les permite conocer los conocimientos adquiridos por el alumno/a en cada unidad didáctica.

¿Cómo evaluar?

La evaluación será continua e individualizada dependiendo de las características de aprendizaje de cada alumno/a.

Evaluación Continua y Formativa.

Se tratará de llevar un seguimiento lo más intenso posible del proceso de aprendizaje seguido por cada alumno/a, para la consecución de un aprendizaje significativo. La evaluación continua también permitirá al profesor a detectar y modificar enfoques (objetivos, métodos, formas de enseñar y motivar) que no resulten acertados en su práctica docente.

Evaluación sumativa o Final.

Permitirá obtener una visión global de los logros conseguidos. Habrá de realizarse de acuerdo a criterios didácticamente correctos: la evaluación está sometida más a criterio que a norma.

Evaluación Trimestral.

Se realizará al final de cada evaluación y consiste en realizar la media aritmética de los trabajos y de los exámenes de cada unidad teórico-práctico propuestos al finalizar cada unidad didáctica, así como la media aritmética de las actividades que se propongan a lo largo de la evaluación, también tendremos en cuenta una cierta actitud.

Criterios de calificación que se van a aplicar

La evaluación de los módulos será continua, basada en los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación establecidos por la Orden del 8 de Noviembre de 2016.

En el caso de que el alumnado acumule un número de ausencias sin justificar superior al 30% de las horas totales del módulo, tendrá el derecho a solicitar la realización de una prueba de aptitud al final del trimestre.

Como medida de estímulo añadida, dado el perfil absentista del alumnado que viene matriculándose en este curso, se asigna un 20% de la nota a la asistencia regular. El restante 80% se ponderará entre los diferentes criterios de evaluación correspondientes a los resultados de aprendizaje.

La calificación de cada módulo, en cada una de las evaluaciones, será de 0 a 10 y tendrá los siguientes componentes:

<p>Actitud y participación</p> <p>Actitud: comportamiento, respeto al profesor/a y a sus compañeros, interrupciones innecesarias en clase, orden y mantenimiento de las instalaciones, ...</p> <p>Participación: atención, interés, absentismo y puntualidad</p>	20%
<p>Resultado de las pruebas objetivas orales o escritas</p> <p>No se realizará media aritmética con los otros apartados si esta fuese inferior a 3 puntos.</p>	40%
<p>Trabajo en clase</p> <p>Trabajo en clase: elaboración y desarrollo de trabajos tanto individuales como en grupo, cuaderno del alumnado (con los ejercicios realizados y presentación cuidada), interés, atención, participación, traer el material didáctico exigido por el profesor/a, ...</p>	40%

Y estos son los componentes de la calificación del curso 2018/2019, para los alumnos que no van a la formación dual:

COMPONENTE DE LA CALIFICACIÓN	% DE LA NOTA TOTAL 1ER TRIMESTRE	% DE LA NOTA TOTAL 2º TRIMESTRE	% DE LA NOTA TOTAL 3ER TRIMESTRE	% DE LA NOTA FINAL
Asistencia Regular (20% del Total)	20%	20%	20%	20%
Actitud y Participación (20% del 80%)	16%	16%	16%	16%
Resultado de las pruebas objetivas orales o escritas (40% del 80%)	32%	32%	32%	32%
Trabajo en clase (40% del 80)	32%	32%	32%	32%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%

Veamos ahora los componentes de la calificación del curso 2018/2019 para los alumnos que van a la formación dual. Recordamos primero como es la previsión de horas lectivas del curso 2018/2019, para los alumnos que no van a la formación dual:

CURSO 2018/2019	TRIMESTRE	HORAS EN EL CENTRO	% TOTAL	HORAS EN EMPRESA	% TOTAL
	1ER TRIMESTRE	67 HORAS	100%	0 HORAS	0%
	2º TRIMESTRE	8 HORAS	13%	55 HORAS	87%
	3ER TRIMESTRE	0 HORAS	0%	30 HORAS	100%

Quedando así los componentes de la calificación del curso 2018/2019, para los alumnos que van a la formación dual:

Para la evaluación de las horas realizadas en la empresa se tendrá en cuenta la valoración que realiza el tutor a partir de la **EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO** que viene recogidas en las **ACTIVIDADES 2** (en concreto la actividad 2.4) y **3** (en concreto las actividades 3.1, 3.2, 3.3 y 3.4).

COMPONENTES DE LA CALIFICACIÓN EN EL 1ER TRIMESTRE:

COMPONENTE DE LA CALIFICACIÓN	% DE LA NOTA TOTAL 1ER TRIMESTRE HORAS EN CLASE
Asistencia Regular (20% del Total)	20%
Actitud y Participación (20% del 80%)	16%
Resultado de las pruebas objetivas orales o escritas (40% del 80%)	32%
Trabajo en clase (40% del 80)	32%
TOTAL:	100%

COMPONENTES DE LA CALIFICACIÓN EN EL 2º TRIMESTRE:

COMPONENTE DE LA CALIFICACIÓN	% DE LA NOTA TOTAL 2º TRIMESTRE POR HORAS DE CLASE	% DE LA NOTA TOTAL 2º TRIMESTRE POR HORAS DE CLASE (13% DEL TOTAL)	% DE LA NOTA TOTAL 2º TRIMESTRE POR HORAS EMPRESA	% DE LA NOTA TOTAL 2º TRIMESTRE POR HORAS EMPRESA (87% DEL TOTAL)	% DE LA NOTA FINAL 2º TRIMESTRE
Asistencia Regular (20% del Total)	20%	2,6%	20%	17,4%	20%
Actitud y Participación (20% del 80%)	16%	2,1%	16%	13,9%	16%
Resultado de las pruebas objetivas orales o escritas (40% del 80%)	32%	4,15%	32%	27,85%	32%
Trabajo en clase (40% del 80)	32%	4,15%	32%	27,85%	32%
TOTAL:	100%	13%	100%	87%	100%

COMPONENTES DE LA CALIFICACIÓN EN EL 3ER TRIMESTRE:

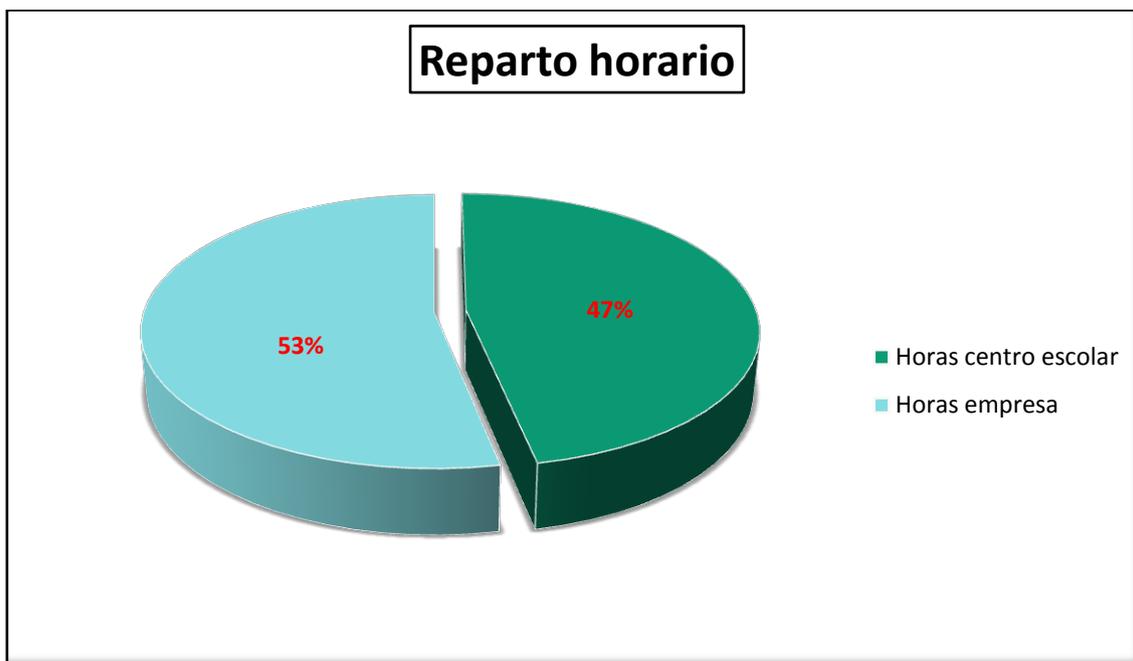
COMPONENTE DE LA CALIFICACIÓN	% DE LA NOTA TOTAL 3ER TRIMESTRE HORAS EMPRESA
Asistencia Regular (20% del Total)	20%
Actitud y Participación (20% del 80%)	16%
Resultado de las pruebas objetivas orales o escritas (40% del 80%)	32%
Trabajo en clase (40% del 80)	32%
TOTAL:	100%

Para la nota final tanto de los alumnos que van a la formación dual como para los que no van haremos la nota media de los 3 trimestres, siempre que estén todos ellos aprobados.

Lógicamente habrá que tener en cuenta para la nota final que en el caso de los alumnos que hacen la formación dual en la empresa, la nota final reflejará el n° de horas que tienen el alternancia en la empresa que del total de horas lectivas es el siguiente:

CURSO 2018/2019	HORAS EN EL CENTRO ESCOLAR	75
	HORAS EN LA EMPRESA	85

Por tanto la aportación de cada una de las partes a la nota final del alumnado sería la siguiente:



CRITERIOS DE RECUPERACIÓN

Para aquellos alumnos que no superen alguna de las evaluaciones se establece el siguiente criterio de recuperación:

- ✓ Realización de supuestos globales relacionados con la unidad o unidades no superadas, que trabajarán en casa.
- ✓ Realización de pruebas escritas sobre los contenidos no superados.
- ✓ Presentación de aquellos trabajos que estuvieran sin entregar. Las pruebas teórico-prácticas no superadas se recuperarán en el mismo trimestre objeto de evaluación si el desarrollo del curso así lo permite, en caso contrario, se efectuarán dichas pruebas a principios del siguiente trimestre.

Para el resto de cuestiones relativas a la evaluación se tendrá en cuenta lo dispuesto en la normativa que regula los Ciclos de Formación Profesional Básica.

IMPORTANTE:

Para considerar apto/a a un alumno/a será necesario que la nota obtenida en cada una de las áreas que conforman el módulo sea como mínimo de 3 sobre 10.

En la primera evaluación final un alumno/a puede dejar pendiente para la segunda evaluación final, alguna de las áreas que forman parte del módulo por no haber alcanzado el mínimo de 3 sobre 10, teniendo que recuperar sólo esa área. Pero si su calificación es negativa en las pruebas de junio el alumno/a tendrá pendiente el módulo completo, que deberá recuperar en el curso siguiente.

Los trabajos entregados fuera del plazo establecido, serán calificados con un 5 como nota máxima.

MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

Aula taller, dotada con todo el material necesario para el desarrollo de este módulo:

1. Ordenador.
2. Impresora.
3. Conexión a internet.
4. Móviles para grabar imágenes y sonido.
5. Servicios telemáticos: páginas web, correo electrónico, chats, foros, etc.
6. Proyector.
7. Pizarra.
8. Materiales y apuntes facilitados por el profesor.
9. Fotocopias ampliando los temas que el profesor considere oportunos, con ejercicios prácticos (formularios, hojas de reclamaciones, protocolos de actuación, etc).
10. Imágenes fijas proyectables, diapositivas, fotografías, etc., con ejemplos de los distintos documentos.
11. Libro de texto de la editorial Paraninfo de FPB "Atención al cliente.

B1.5.- TÉCNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING.

1.1.- Objetivos.

La formación del módulo se relaciona con los siguientes objetivos generales del ciclo formativo c) y d) y las competencias profesionales, personales y sociales c) y d) del título. Además, se relaciona con los objetivos t), u), v), w), x), y), y z) y las competencias r), s), r), u), v), w) y x) que se incluirán en este módulo profesional de forma coordinada con el resto de módulos profesionales.

1.2.- Contenidos y estándares de aprendizaje. Secuenciación.

CONTENIDOS	ESTANDARES	UNIDADES DIDACTICAS:
Montaje de elementos de animación del punto de venta y expositores: <ul style="list-style-type: none">- Tipología de establecimientos comerciales.- Animación del punto de venta en función de la estacionalidad, la demanda y el sector.- Concepto de “merchandising”.- Criterios de distribución de la superficie de ventas- Flujo de circulación de los clientes: la zona fría y la zona caliente.- Ubicación de los sectores más importantes.- Tipos de mobiliario en el punto de venta en función del producto a exponer.- Distintas formas de disposición del mobiliario.- Métodos físicos y psicológicos para calentar puntos fríos.- Elementos y materiales de P.L.V. (Publicidad en el punto de venta) y “merchandising”.- Disposición de mobiliario en función del tipo de establecimiento.- El escaparate: tipología, funciones y montaje.- Señalética y cartelería: tipología, funciones y procedimientos de elaboración.- Normas de seguridad y prevención de riesgos laborales.	1. Monta elementos de animación del punto de venta y expositores de productos describiendo los criterios comerciales que es preciso utilizar.	UD 1: Montaje de elementos de animación del punto de venta y expositores
Disposición de productos en lineales: <ul style="list-style-type: none">- Concepto de lineal.- Función del lineal.- Niveles y zonas del lineal.- Las familias de productos.- Reglas de implantación de los	2. Dispone productos en lineales y expositores seleccionando la técnica básica de	UD 2: Disposición de productos en lineales

<p>productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implantación horizontal, vertical, cruzada, malla, etc. - Concepto de “facing”. - Técnicas de optimización del lineal. - Normas para la correcta implantación. - Rotación y reaprovisionamiento del lineal. 	<p>“merchandising” apropiada a las características del producto.</p>	
<p>Colocación de etiquetas y dispositivos de seguridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecnología al servicio del “merchandising”. - Instrumentos de vigilancia, aviso y protección contra el hurto. - El escáner. - La codificación del surtido. - Origen de la codificación comercial. - El código de barras. - Códigos EAN. - La etiqueta: definición y funciones. - Requisitos normativos e informativos que debe cumplir el etiquetado de productos. - Técnicas básicas de elaboración de etiquetas. 	<p>3. Coloca etiquetas y dispositivos de seguridad valorando la relevancia del sistema de codificación “EuropeanArticle NumberingAssociation” (EAN) en el control del punto de venta.</p>	<p>UD 3: Colocación de etiquetas y dispositivos de seguridad</p>
<p>Empaquetado y presentación comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Envoltorio y paquetería. - Empaquetado: valor añadido al producto. - Estilos y modalidades. - Materiales utilizados. - Técnicas de empaquetado. - Sensibilización medio-ambiental. - Normas de seguridad y prevención de riesgos laborales. 	<p>4. Empaqueta productos relacionando la técnica seleccionada con los criterios comerciales y de imagen perseguidos.</p>	<p>UD 4: Empaquetado y presentación comercial</p>

1.3.- Criterios de evaluación.

1. Monta elementos de animación del punto de venta y expositores de productos describiendo los criterios comerciales que es preciso utilizar.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la ubicación física de los distintos sectores del punto de venta.
- b) Se han identificado las zonas frías y calientes del punto de venta.

- c) Se han descrito los criterios comerciales de distribución de los productos y mobiliario en el punto de venta.
- d) Se han diferenciado los distintos tipos de mobiliario utilizados en el punto de venta y los elementos promocionales utilizados habitualmente.
- e) Se han descrito los pasos y procesos de elaboración y montaje.
- f) Se han montado expositores de productos y góndolas con fines comerciales.
- g) Se ha colocado cartelería y otros elementos de animación, siguiendo criterios de “merchandising” y de imagen.
- h) Se han seguido las instrucciones de montaje y uso del fabricante y las normas de seguridad y prevención de riesgos laborales.

2. Dispone productos en lineales y expositores seleccionando la técnica básica de “merchandising” apropiada a las características del producto.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición.
- b) Se ha descrito el proceso de traslado de los productos conduciendo transpalés o carretillas de mano, siguiendo las normas de seguridad.
- c) Se ha descrito la clasificación del surtido por grupos, secciones, categorías, familias y referencias.
- d) Se han descrito los efectos que producen en el consumidor los distintos modos de ubicación de los productos en el lineal.
- e) Se ha identificado el lugar y disposición de los productos a partir de un planograma, foto o gráfico del lineal y la etiqueta del producto.
- f) Se ha realizado inventario de las unidades del punto de venta, detectando huecos o roturas de “stocks”.
- g) Se han utilizado equipos de lectura de códigos de barras (lectores ópticos) para la identificación y control de los productos.
- h) Se ha elaborado la información relativa al punto de venta utilizando aplicaciones informáticas a nivel usuario, procesador de texto y hoja de cálculo.
- i) Se han colocado productos en diferentes tipos de lineales y expositores siguiendo criterios de “merchandising”.
- j) Se han limpiado y acondicionado lineales y estanterías para la correcta colocación de los productos.
- k) Se han aplicado las medidas específicas de manipulación e higiene de los distintos productos.

3. Coloca etiquetas y dispositivos de seguridad valorando la relevancia del sistema de codificación “European Article Numbering Association” (EAN) en el control del punto de venta.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado distintos tipos de dispositivos de seguridad que se utilizan en el punto de venta.
- b) Se ha descrito el funcionamiento de dispositivos de seguridad en el punto de venta.
- c) Se han descrito los procesos de asignación de códigos a los distintos productos.
- d) Se han interpretado etiquetas normalizadas y códigos EAN 13.

- e) Se ha verificado la codificación de productos, identificando sus características, propiedades y localización.
- f) Se han utilizado aplicaciones informáticas (procesador de textos y hoja de cálculo) en la elaboración de documentación para transmitir los errores de correspondencia detectados entre la información de la etiqueta y el producto.
- g) Se han etiquetado productos manualmente y utilizando herramientas específicas de etiquetado y siguiendo criterios de “merchandising”.
- h) Se han colocado dispositivos de seguridad utilizando los sistemas de protección pertinentes.
- i) Se ha valorado la relevancia de la codificación de los productos en el control del punto de venta.

4. Empaqueta productos relacionando la técnica seleccionada con los criterios comerciales y de imagen perseguidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado diferentes técnicas de empaquetado de productos.
- b) Se ha analizado la simbología de formas, colores y texturas en la transmisión de la imagen de la empresa.
- c) Se han identificado elementos y materiales que se utilizan en el empaquetado y presentación comercial de productos.
- d) Se han seleccionado los materiales necesarios para el empaquetado en función de la técnica establecida y de la imagen de la empresa.
- e) Se ha acondicionado el producto para su empaquetado, colocando elementos protectores y retirando el precio y los dispositivos de seguridad.
- f) Se han empaquetado productos asegurando su consistencia y su presentación conforme a criterios comerciales.
- g) Se han aplicado las medidas de prevención de riesgos laborales relacionadas.
- h) Se han colocado motivos ornamentales de forma atractiva.
- i) Se han retirado los restos del material utilizado para asegurar el orden y limpieza del lugar de trabajo.

1.4.- Materiales y recursos didácticos.

Aula taller, dotada con todo el material necesario para el desarrollo de este módulo:

1. Ordenadores.
2. Impresora.
3. Conexión a internet
4. Programas informáticos.
5. Servicios telemáticos: páginas web, correo electrónico, chats, foros, etc.
6. Proyector.
7. Pizarra.
8. Escaparate
9. Mostradores.
10. Expositores
11. Caja registradora.
12. Lineales y góndola con productos para realizar prácticas.
13. Material publicitario, donado por empresas locales y provinciales.
14. Materiales y apuntes facilitados por el profesor.

15. Fotocopias ampliando los temas que el profesor considere oportunos, con ejercicios prácticos.
16. Imágenes fijas proyectables, diapositivas, fotografías... con ejemplos de los distintos documentos.
17. Material editado para FPB de la editorial Paraninfo "Técnicas básicas de merchandising".

SECUENCIACIÓN POR ADECUACIÓN AL PROYECTO DE FORMACIÓN PROFESIONAL DUAL:

CRONOGRAMA										
FORMACIÓN	U.D. Y C.E.	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
INICIAL	1-a,b,c,d									
INICIAL	2-a,b,c,d									
INICIAL	3-a,b,c,d,f,i									
INICIAL	4-a,b									
ALTERNANCIA	1-e,f,g,h									
ALTERNANCIA	2-e,f,g,h,i,j,k									
ALTERNANCIA	3-e,g,h									
ALTERNANCIA	4-c,d,e,f,g,h,i									
RECUPERACIÓN										

DUAL INICIAL: DE OCTUBRE A ENERO

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Monta elementos de animación del punto de venta y expositores de productos describiendo los criterios comerciales que es preciso utilizar.

Criterios de evaluación:

- Se ha identificado la ubicación física de los distintos sectores del punto de venta.
- Se han identificado las zonas frías y calientes del punto de venta.
- Se han descrito los criterios comerciales de distribución de los productos y mobiliario en el punto de venta.
- Se han diferenciado los distintos tipos de mobiliario utilizados en el punto de venta y los elementos promocionales utilizados habitualmente.

2. Dispone productos en lineales y expositores seleccionando la técnica básica de "merchandising" apropiada a las características del producto.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición.
- Se ha descrito el proceso de traslado de los productos conduciendo transpalés o carretillas de mano, siguiendo las normas de seguridad.
- Se ha descrito la clasificación del surtido por grupos, secciones, categorías, familias y referencias.

d) Se han descrito los efectos que producen en el consumidor los distintos modos de ubicación de los productos en el lineal.

3. Coloca etiquetas y dispositivos de seguridad valorando la relevancia del sistema de codificación "EuropeanArticleNumberingAssociation" (EAN) en el control del punto de venta.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado distintos tipos de dispositivos de seguridad que se utilizan en el punto de venta.

b) Se ha descrito el funcionamiento de dispositivos de seguridad en el punto de venta.

c) Se han descrito los procesos de asignación de códigos a los distintos productos.

d) Se han interpretado etiquetas normalizadas y códigos EAN 13.

f) Se han utilizado aplicaciones informáticas (procesador de textos y hoja de cálculo) en la elaboración de documentación para transmitir los errores de correspondencia detectados entre la información de la etiqueta y el producto.

i) Se ha valorado la relevancia de la codificación de los productos en el control del punto de venta.

4. Empaqueta productos relacionando la técnica seleccionada con los criterios comerciales y de imagen perseguidos.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado diferentes técnicas de empaquetado de productos.

b) Se ha analizado la simbología de formas, colores y texturas en la transmisión de la imagen de la empresa.

FORMACIÓN EN ALTERNANCIA: DE ENERO A MAYO

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Monta elementos de animación del punto de venta y expositores de productos describiendo los criterios comerciales que es preciso utilizar.

Criterios de evaluación:

e) Se han descrito los pasos y procesos de elaboración y montaje.

f) Se han montado expositores de productos y góndolas con fines comerciales.

g) Se ha colocado cartelería y otros elementos de animación, siguiendo criterios de "merchandising" y de imagen.

h) Se han seguido las instrucciones de montaje y uso del fabricante y las normas de seguridad y prevención de riesgos laborales.

2. Dispone productos en lineales y expositores seleccionando la técnica básica de “merchandising” apropiada a las características del producto.

Criterios de evaluación:

e) Se ha identificado el lugar y disposición de los productos a partir de un planograma, foto o gráfico del lineal y la etiqueta del producto.

f) Se ha realizado inventario de las unidades del punto de venta, detectando huecos o roturas de “stocks”.

g) Se han utilizado equipos de lectura de códigos de barras (lectores ópticos) para la identificación y control de los productos.

h) Se ha elaborado la información relativa al punto de venta utilizando aplicaciones informáticas a nivel usuario, procesador de texto y hoja de cálculo.

i) Se han colocado productos en diferentes tipos de lineales y expositores siguiendo criterios de “merchandising”.

j) Se han limpiado y acondicionado lineales y estanterías para la correcta colocación de los productos.

k) Se han aplicado las medidas específicas de manipulación e higiene de los distintos productos.

3. Coloca etiquetas y dispositivos de seguridad valorando la relevancia del sistema de codificación “EuropeanArticleNumberingAssociation” (EAN) en el control del punto de venta.

Criterios de evaluación:

e) Se ha verificado la codificación de productos, identificando sus características, propiedades y localización.

g) Se han etiquetado productos manualmente y utilizando herramientas específicas de etiquetado y siguiendo criterios de “merchandising”.

h) Se han colocado dispositivos de seguridad utilizando los sistemas de protección pertinentes.

4. Empaqueta productos relacionando la técnica seleccionada con los criterios comerciales y de imagen perseguidos.

Criterios de evaluación:

c) Se han identificado elementos y materiales que se utilizan en el empaquetado y presentación comercial de productos.

d) Se han seleccionado los materiales necesarios para el empaquetado en función de la técnica establecida y de la imagen de la empresa.

e) Se ha acondicionado el producto para su empaquetado, colocando elementos protectores y retirando el precio y los dispositivos de seguridad.

f) Se han empaquetado productos asegurando su consistencia y su presentación conforme a criterios comerciales.

g) Se han aplicado las medidas de prevención de riesgos laborales relacionadas.

h) Se han colocado motivos ornamentales de forma atractiva.

i) Se han retirado los restos del material utilizado para asegurar el orden y limpieza del lugar de trabajo.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para realizar actividades básicas de “merchandising” en puntos de venta.

La definición de esta función incluye aspectos como:

Realización de montajes de elementos de animación del punto de venta, expositores, carteles y escaparates.

Disposición de productos en lineales aplicando técnicas básicas de “merchandising” e interpretando planogramas, gráficos e instrucciones comerciales.

Etiquetado de productos, interpretando la codificación y comprobando la exactitud de la información y colocación de dispositivos de seguridad.

Empaquetado de productos siguiendo criterios comerciales y de imagen de la empresa.

La formación del módulo se relaciona con los siguientes objetivos generales del ciclo formativo c) y d) y las competencias profesionales, personales y sociales c) y d) del título. Además, se relaciona con los objetivos t), u), v), w), x), y) y z) y las competencias r), s), t), u), v), w) y x) que se incluirán en este módulo profesional de forma coordinada con el resto de módulos profesionales.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar las competencias del módulo versarán sobre:

Análisis de planos de distintos establecimientos que nos permitan identificar los diferentes sectores de los puntos de venta, distinguiendo zonas calientes y frías en función de la circulación del cliente.

Visita a establecimientos comerciales diferentes para conocer los tipos de mobiliario que existen en el mercado y su utilización según su función y el sector o zona de la superficie de venta donde se ubican.

Interpretación de planogramas y gráficos de lineales y colocación de productos conforme a sus instrucciones, aplicando técnicas básicas de “merchandising”.

Elaboración manual o mediante el empleo de herramientas informáticas sencillas de carteles (especialmente de precios) y de etiquetas, rotulando diferentes tipos de letra y asociando formas y colores a la imagen a transmitir.

Empaquetado de productos de forma atractiva, utilizando los materiales adecuados y motivos ornamentales acordes con la imagen de la empresa.

ACTIVIDADES IMPLICADAS EN EL PROYECTO DE F.P.DUAL DEL MÓDULO:

Ficha de Actividad 1

Empresa:		Departamento:	COMERCIO
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad: 1	Fecha/s:
Exposición de producto en oferta	ENERO A MAYO 2019

Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA.s	CE.s
1.1	Monta el expositor	TECNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING	RA 1	e,f,h
1.2	Distribuye los productos en el expositor	TECNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING	RA 2	e,f,g,h,y,j,k
1.3	Distribuye la cartelería en el expositor.	TECNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING	RA 1	g

Evaluación del desempeño

Código	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
		-Nunca -No controla -No realiza -No es puntual -Sin interés	-Por obligación -Poco control -Poco dominio -Poca puntualidad -Poco interés	-Algunas veces -Control mínimo -Realización mínima -A veces puntual -Interés no constante	-Casi siempre -Buen control -Dominio aceptable -Casi siempre puntual -Interés correcto	-Siempre -Control excelente -Total dominio -Siempre puntual -Interés máximo
1.1	<p>Monta el expositor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sigue las instrucciones de montaje • Cumple con las normas de seguridad laboral • Ha limpiado el expositor y preparado para la llegada de los artículos 					
1.2	<p>Distribuye los productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posiciona los productos siguiendo las instrucciones dadas. Foto, plano... • Realiza inventario de los productos que coloca en el expositor • Ha seguido los criterios de merchandising recomendados para ese producto • Se han respetado el proceso de manipulación de los productos • Se han alarmado los productos y etiquetado correctamente • Selecciona las formas, colores, y demás elementos en función de la imagen empresarial. 					
1.3	<p>Coloca la cartelería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selecciona el tipo de cartelería adecuada al expositor • Coloca la cartelería adecuándola a la imagen de la empresa. 					

Ficha de Actividad 2

Empresa:		Departamento:	COMERCIO
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad: 2	Fecha/s:
<ul style="list-style-type: none"> • Empaquetado de los productos 	ENERO A MAYO 2019

Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA.s	C.Es
2.1	Manipulación del producto	TECNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING	RA 4	e
2.2	Elección del empaquetado conforme a las líneas de producto	TECNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING	RA 4	c,d
2.3	Empaquetado del producto.	TECNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING	RA 4	f,g,h,i

Evaluación del desempeño

Código	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
		-Nunca -No controla -No realiza -No es puntual -Sin interés	-Por obligación -Poco control -Poco dominio -Poca puntualidad -Poco interés	-Algunas veces -Control mínimo -Realización mínima -A veces puntual -Interés no constante	-Casi siempre -Buen control -Dominio aceptable -Casi siempre puntual -Interés correcto	-Siempre -Control excelente -Total dominio -Siempre puntual -Interés máximo
2.1	<p>Manipulación del producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elimina el etiquetado del precio al producto • Elimina la alarma del producto • Confirma el buen estado del producto. 					
2.2	<p>Elección del empaquetado conforme a las líneas de producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoce los diferentes tipos de empaquetado existentes • Discrimina en función del producto el tipo de empaquetado • Calcula en función de las dimensiones del producto la proporción que debe tener el envoltorio. 					
2.3	<p>Empaquetado :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envuelve el producto siguiendo las técnicas recomendadas para cada producto • Conoce las normas de seguridad laboral e higiene necesarias 					

Ficha de Actividad 4

Empresa:		Departamento:	
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:	Fecha/s:
Realizar operaciones auxiliares de reposición, disposición y acondicionamiento de productos en el punto de venta	Enero 2019-Mayo 2019

Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RAs	CEs
1.1	Etiquetar producto en el punto de venta	TECNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING	RA3	e,g,h
1.2	Acondicionar producto en el punto de venta.	TECNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING	RA1	e, g, h
1.3	Reponer producto en los diferentes tipos de lineales	TECNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING	RA2	e,f,i,j,k
1.4	Inventariar los productos.	TECNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING	RA2	g,h

Evaluación del desempeño

Código	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
		-Nunca -No controla -No realiza -No es puntual -Sin interés	-Por obligación -Poco control -Poco dominio -Poca puntualidad -Poco interés	-Algunas veces -Control mínimo -Realización mínima -A veces puntual -Interés no constante	-Casi siempre -Buen control -Dominio aceptable -Casi siempre puntual -Interés correcto	-Siempre -Control excelente -Total dominio -Siempre puntual -Interés máximo
1.1	Etiquetar producto en el punto de venta <ul style="list-style-type: none"> - Comprobación de la adecuación entre la información mostrada por la etiqueta del producto y el producto y sus características. - Colocación de las etiquetas en el producto o mobiliario de exposición, según las indicaciones recibidas. - Colocación de dispositivos anti-hurto en el producto, según las indicaciones recibidas. 					
1.2	Acondicionar producto en el punto de venta. <ul style="list-style-type: none"> - Mantenimiento del orden en el mobiliario del punto de venta, según las indicaciones recibidas. - Disposición del producto, según planogramas proporcionados. - Eliminación de los objetos susceptibles de provocar accidentes así como los residuos propios de los desembalajes. 					
1.3	Reponer producto en los diferentes tipos de lineales <ul style="list-style-type: none"> - Seguimiento de los criterios de reposición. - Identificación de las necesidades de reposición. - Escalado de incidencias a los superiores. - Optimización del espacio disponible. 					
1.4	Inventariar los productos. <ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los productos, siguiendo las etiquetas o mediante lectores electrónicos. - Recuento de los productos, registrando los resultados en los libros de inventario de papel o electrónicos. - Comunicación de las roturas de stock detectadas, según procedimiento proporcionado. 					