Programación

PROGRAMACIÓN Proyecto de Gestión de Ventas Curso 2026/2027

Proyecto de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales. Código: 0932. 50 horas.

Ciclo de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

Modalidad semipresencial

Familia: Comercio y Marketing

Profesorado

Antonio Florido Cantarero

Silvia Parra Carballo.

Ramón Arreza Arrabal

IES MIGUEL ROMERO ESTEO

Málaga, octubre de 2026

Normativa aplicada

1. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. (BOE de 30/12/2020). LOMLOE.
2. Ley Orgánica 3/2022, de 32 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
3. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
4. Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
5. Decreto 1538/2006, Ordenación de FP (Derogada, pero con algunos apartados vigentes durante el presente curso).
6. DECRETO 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte.
7. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
8. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad 9. Autónoma de Andalucía.
Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
10. Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
11.Orden de 29 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y espacios Comerciales.
12.Orden de Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria.
13.Orden de la Consejería de Educación de 24 de junio de 2008, por la que se regulan los programas de cualificación profesional inicial.
14.ORDEN de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos profesionales de formación en centros de trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Como resultado de lo anterior, se desarrolla la programación del módulo de Proyecto de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales para el I.E.S. Miguel Romero Esteo de Málaga.

Definición y objeto del módulo profesional de proyecto (Art. 3, Orden de 28 de septiembre de 2011).

Se define de acuerdo con las características de la actividad laboral de comercio y marketing en el ámbito del ciclo formativo y con aspectos relativos al ejercicio profesional y a la gestión empresarial.

Este módulo profesional tiene por objeto la integración de los diversos resultados de aprendizaje y contenidos del currículo del ciclo formativo y se realizará contemplando las variables tecnológicas y organizativas relacionadas con el título.

Realización y duración del módulo profesional de proyecto (Art. 40, Orden de 28 de septiembre de 2011).

El módulo profesional de proyecto se desarrollará simultáneamente al módulo profesional de formación en centros de trabajo, salvo que concurran otras circunstancias que no lo permitan y se evaluará una vez cursado el módulo profesional de formación en centros de trabajo, con objeto de posibilitar la incorporación en el mismo de las competencias adquiridas durante la realización de este último.

La tutorización del proyecto y su fase final de presentación, valoración y evaluación será realizada por el profesorado con atribución docente en el mismo.

El Departamento de la familia profesional de Comercio y Marketing determina, en el marco del proyecto educativo, los proyectos que se propondrán para su desarrollo por el alumnado. A tal fin se entregará un guión de referencia al alumnado.

Los proyectos también podrán ser propuestos por los propios alumnos y alumnas, en cuyo caso, se requerirá la aceptación del departamento de familia profesional correspondiente.

Fases de realización del módulo profesional de proyecto (Artículo 41. Orden de 28 de septiembre de 2011).

Cuando la propuesta de proyecto sea realizada por el alumnado, se seguirá el siguiente procedimiento:

a) El alumno, alumna o grupo de ellos, presentará una propuesta que contenga la descripción del proyecto que pretende realizar, con treinta días de antelación a la fecha prevista para el inicio del módulo profesional de proyecto.

b) El equipo docente, presidido por el tutor o tutora del grupo, en el plazo de una semana, valorará la propuesta y decidirá sobre su aceptación, teniendo en cuenta, al menos, su adecuación a los contenidos abordados en el ciclo formativo y la posibilidad de realización efectiva del proyecto en los plazos existentes. La decisión se hará constar en acta y se comunicará al alumnado por quien ejerza la tutoría del grupo.

c) Cuando la propuesta no haya sido aceptada, el alumno o alumna dispondrá de un plazo de diez días para introducir las modificaciones oportunas o presentar una nueva propuesta de proyecto. Transcurrido dicho plazo, sin que se hubieran presentado modificaciones o una nueva propuesta, se entenderá que renuncia a la convocatoria del módulo profesional, salvo que acepte un proyecto propuesto por el profesorado responsable del proyecto, de entre los determinados por el departamento de familia profesional.

Los alumnos que no hayan propuesto ningún proyecto, o cuando éste haya sido rechazado, se les propondrá uno de los proyectos determinados por el departamento de la familia profesional.

La ausencia de presentación del proyecto, según lo estipulado en el artículo 43, tendrá la consideración de convocatoria consumida, excepto si se presenta la correspondiente renuncia.

Seguimiento del módulo profesional de proyecto (Artículo 42. Orden de 28 de septiembre de 2011).

5. Seguimiento del módulo profesional de proyecto (Artículo 42. Orden de 28 de septiembre de 2011).

Procedimiento de garantía del seguimiento del módulo profesional de proyecto, en la modalidad presencial,

a) Al comienzo del periodo de realización del proyecto se establecerá un periodo de al menos seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, dedicándose al planteamiento, diseño y adecuación de los diversos proyectos a realizar.

b) El profesorado encargado del seguimiento del proyecto garantizará a los alumnos y alumnas un periodo de tutorización de al menos tres horas lectivas semanales para el seguimiento de los diversos proyectos. Estas tres horas se distribuirán entre el profesorado implicado siguiendo los criterios establecidos en el proyecto educativo del centro.

c) Se establecerá un periodo de finalización con al menos seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, dedicándose a la presentación, valoración y evaluación de los diversos proyectos.

Funciones del profesorado que realiza el seguimiento del proyecto:

a) Orientar, dirigir y supervisar al alumnado durante la realización y presentación del proyecto, asesorándole especialmente en la toma de decisiones que afecten a su estructura y tratamiento de la información.

b) Comprobar que los proyectos propuestos por los alumnos, una vez finalizados, cumplen las condiciones recogidas en el anteproyecto y otorgar su visto bueno.

c) Coordinar, junto con la jefatura del departamento de familia profesional, el acto que se convoque para la presentación del proyecto.

d) Evaluar y calificar el módulo profesional de proyecto.

Presentación del proyecto (Artículo 43. Orden de 28 de septiembre de 2011).

El jefe del departamento de la familia profesional convocará al alumnado que cursa el módulo profesional de proyecto a un acto en el que presentará, ante el equipo docente del grupo de alumnos y alumnas, el trabajo realizado.

Cuando el módulo profesional de proyecto se realice en periodos diferentes al establecido con carácter general, el seguimiento y la presentación ante el equipo docente de los proyectos elaborados, se llevará a cabo conforme a lo definido en el proyecto educativo del centro y siempre permitiendo que el alumnado que presenta el proyecto, pueda acogerse a evaluación final excepcional cuando esté en situación de obtener Título.

La presentación consistirá en la exposición del trabajo realizado, la metodología, el contenido y las conclusiones, con una especial mención a sus aportaciones originales.

Terminada la presentación, el profesorado dispondrá de tiempo suficiente para plantear cuantas cuestiones estimen oportunas relacionadas con el trabajo presentado, tras lo cual emitirán una valoración del mismo que facilite al profesor o profesora responsable del seguimiento del proyecto, la emisión de la calificación de este módulo profesional.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.

Criterios de evaluación:

a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.

b) Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.

c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.

d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.

e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.

f) Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.

g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.

h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.

i) Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

Criterios de evaluación:

a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.

b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.

c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.

d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance.

e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.

f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.

g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.

h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.

i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.

Criterios de evaluación:

a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.

b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.

c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.

d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.

e) Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.

f) Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.

g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.

h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.

4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.

Criterios de evaluación:

a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.

b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.

c) Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.

d) Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.

e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.

f) Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de los usuarios o clientes y se han elaborado los documentos específicos.

g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto cuando este existe.

Duración: 50 horas.

Para el desarrollo del Proyecto los alumnos dispondrán de 50 horas distribuidas en dos sesiones (inicial y final) de 6 horas; más 3 horas semanales de tutorización. Esta se realizará de forma paralela al módulo de FCT.

Las fechas previstas serán los días de marzo, abril mayo y junio, que corresponden al periodo de elaboración del proyecto. Además, habrá que tener en cuenta las sesiones para las exposiciones.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional complementa la formación establecida para el resto de los módulos profesionales que integran el título en las funciones de análisis del contexto, diseño del proyecto y organización de la ejecución.

La función de análisis del contexto incluye las subfunciones de recopilación de información, identificación de necesidades y estudio de viabilidad.

La función de diseño del proyecto tiene como objetivo establecer las líneas generales para dar respuesta a las necesidades planteadas concretando los aspectos relevantes para su realización. Incluye las subfunciones de definición del proyecto, planificación de la intervención y elaboración de la documentación.

La función de organización de la ejecución incluye las subfunciones de programación de actividades, gestión de recursos y supervisión de la intervención.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector del comercio y marketing.

La formación del módulo se relaciona con la totalidad de los objetivos generales del ciclo y de las competencias profesionales, personales y sociales del título.

Los objetivos del módulo están relacionadas con:

La ejecución de trabajos en equipo.
La responsabilidad y la autoevaluación del trabajo realizado.
La autonomía y la iniciativa personal.
El uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.

Este módulo profesional complementa la formación establecida para el resto de los módulos profesionales que integran el título en las funciones de análisis del contexto, diseño del proyecto y organización de la ejecución.

La función de análisis del contexto incluye las subfunciones de recopilación de información, identificación de necesidades y estudio de viabilidad.

La función de diseño del proyecto tiene como objetivo establecer las líneas generales para dar respuesta a las necesidades planteadas concretando los aspectos relevantes para su realización. Incluye las subfunciones de definición del proyecto, planificación de la intervención y elaboración de la documentación.

La función de organización de la ejecución incluye las subfunciones de programación de actividades, gestión de recursos y supervisión de la intervención.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector del comercio y marketing.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los

objetivos del módulo están relacionadas con:

La ejecución de trabajos en equipo.
La responsabilidad y la autoevaluación del trabajo realizado. La autonomía y la iniciativa personal.
El uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

En líneas generales, este módulo tiene como metas:

1. Definir y planificar con detalle los contenidos para el desarrollo de un proyecto identificado en el campo profesional de la figura de comercio exterior.

2. Simular y ejecutar el proyecto, ideando soluciones para su realización.

3. Valorar en su conjunto y justificar las decisiones tomadas en la definición, planificación, simulación y ejecución del proyecto y las operaciones pertinentes.

Contribuyendo al objetivo general del módulo:

Realizar en un documento profesional todos los conocimientos adquiridos en los distintos Módulos que conforman el Ciclo Formativo.

Criterios de Calificación.

En la Moodle Centro se publicará el CRONOGRAMA DEL PROYECTO donde se recogerán las instrucciones para el desarrollo del proyecto y los criterios de calificación con su correspondiente ponderación en la calificación final.

Formarán parte de los criterios de calificación:

A) La asistencia al seguimiento del proyecto, esto es, la entrega de las partes del proyecto en sus respectivos plazos,

B) El resultado del proyecto, entendido como:

1- El formato y presentación del proyecto.

2- El desarrollo, resolución del trabajo y conclusiones.

3- Exposición y defensa.

En la exposición se tendrá en cuenta la capacidad de transmisión de conocimientos, la seguridad y coherencia en la exposición, el uso correcto del lenguaje siendo este fluido, rico y variado y la captación de la atención con un discurso ameno y todas las técnicas de comunicación y ventas aprendidas en los módulos de Técnicas de Venta y Negociación y Políticas de Marketing.

La calificación del módulo profesional de Proyecto será numérica entre 0 y 10, sin decimales, considerándose positiva las calificaciones iguales o superiores a 5 puntos.

Esquema e índice del Proyecto.

El Proyecto será un trabajo grupal (salvo que se presenten propuestas específicas). Se presentará una copia en soporte digital y una presentación. Esta presentación será la expuesta en clase ante el equipo educativo antes de la evaluación final de junio.

El proyecto de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, constará de la puesta en marcha de una empresa jurídica cuya actividad es la comercialización de bienes y servicios destinados al consumidor final, con establecimiento comercial y una plantilla mínima de 5 empleados.

INDICE del proyecto

DESCRIPCION DEL PROYECTO.
1.1 Datos básicos del proyecto.

Razón social + Forma jurídica: Persona física (autónomo) o jurídica (sociedad mercantil).
Domicilio social (municipio y dirección aproximada).
Descripción de la actividad empresarial (incluyendo tienda física y online).
Personalidad + principios + valores + filosofía de empresa + código de conducta. La Imagen corporativa: colores corporativos + tipografías corporativas.
1.2 Identificación de los promotores del proyecto.

a) Nombre de los promotores.

b) Formación académica y experiencia laboral.

1.3 Productos y servicios. Explicación inicial.

a) Descripción de los productos o servicios que se comercializarán. La elección de la marca, slogan, logotipo, packaging.

b) Empresas colaboradoras.

ANÁLISIS DEL MERCADO.
Sector de la actividad en que se ubica nuestra empresa (CNAE) y ámbito geográfico de actuación.
2.2.Análisis del microentorno y del marcroentono de la empresa.
2.3.Análisis de la demanda
2.3.1.Clientela potencial.
2.3.2.Segmentación.
2.3.3.Publico objetivo (target group).
2.3.3.1.Realización de una encuesta para determinar el grado de aceptación de nuestro producto o servicio.
2.3.3.2.Ficha técnica de la encuesta.
2.3.3.3.Tablas y representación gráfica de los resultados.
2.4.Análisis de la oferta.
2.4.1.Determinar el grado de competencia del mercado.
2.4.2.Ranking de las principales empresas del sector por volumen de venta.

2.5.Análisis DAFO de la Empresa.

ORGANIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA.
Diseño del Layout del establecimiento comercial del proyecto.
Creación de un boceto del escaparate con el programa sketchup.Google.
Creación de la maqueta con materiales como base de cartón pluma.
Creación de un escaparate, partiendo del boceto y de la maqueta anteriormente realizada, explicando: - Tipo de escaparate
Cronograma del montaje del escaparate
Creación de presentaciones y cartelística comercial
Montaje y colocación del escaparate
Presupuesto del escaparate.

PLAN DE MARKETING.
4.1.Objetivos de Venta. Objetivos comerciales que deseamos alcanzar con la ejecución del plan de marketing.
4.1.1.Volumen de ventas
4.1.2.Rentabilidad de ese volumen de ventas. Umbral de rentabilidad.
4.1.3.Cuota de mercado a conseguir.
4.2.Marketing-mix.
4.2.1.Producto: Describir detalladamente, identificar sus características y diferenciaciones, elección de la marca, slogan, logotipo, packaging y demás variables estudiadas sobre política de producto.
4.2.2.Precio: Ajustar éste mediante los métodos adecuados para asegurar la viabilidad del proyecto y no vender por debajo del coste, precios basados en la competencia, precios psicológicos…
4.2.3.Distribución: Determinar qué canales de distribución se usarán para llevar los productos terminados a los diferentes puntos de venta y su funcionamiento, así como las estrategias de distribución qué se utilizarán.
4.2.4.Comunicación: Cómo se contacta con el cliente: red de vendedores, sistemas de publicidad y acciones promociónales, elaboración de campaña publicitaria con su correspondiente planificación de medios.
4.3. Plan de Marketing Digital.
4.3.1.Definir las estrategias del Plan de Marketing digital.
4.3.2.Estudio Benchmarketing de la competencia en RRSS, resultados y valoración.
4.3.3.El Plan Social Media debe hacerse siguiendo el método POST, sin olvidar fijar los objetivos por la técnica SMART. RECURSOS -> Pdf adjunto y teoría tema
4.3.4.URLs de la Web site y blog de empresa, con los perfiles a redes sociales conectados.
4.3.5.VOLUNTARIO -> Plan editorial con las publicaciones para un año
4.3.6.Herramientas de posicionamiento en buscadores: SEM y SEO.

ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE VENTA.
5.1.Organigrama de la empresa.Tamaño del equipo de venta.
5.2.Características del equipo de ventas. Selección del personal-vendedores: proceso. Profesiograma. Medio para dar a conocer esa necesidad de personal.Organización del personal y turnos de trabajo dentro de la empresa.
5.3.Formación necesaria para nuestro equipo de ventas. Formación inicial, continua, reciclaje, para promocionar.
5.4.Plan de ventas: Objetivos de venta de los miembros del equipo comercial. Evaluación y control.
5.5.Motivación de los vendedores. (Incentivos económicos y mejoras de condiciones y

promociones interna).
5.6.Normas de seguridad e higiene en un establecimiento comercial (folleto que indique la normativa y recomendaciones).

PLAN DE INVERSIONES.
6.1.Inversiones en inmovilizados materiales, inversiones en inmovilizado intangible, inversiones financieras y otras inversiones.
6.2.Financiación (préstamos, subvenciones y ayudas). Estudio de las fuentes de financiación que utilizará para captar los recursos financieros.
6.3.Balance de situación inicial y Balance de situación al cierre del primer ejercicio de actividad.
6.4.Cuenta de resultados provisional al cierre del primer ejercicio de actividad. que contemple dos escenarios respecto al objetivo de cifra de ventas: normal y pesimista.
6.5.Valoración respecto a la viabilidad del proyecto. VAN+Ratios.

ANEXOS.
Aquí se presentarán todos los documentos que es necesario cumplimentar en el desarrollo de los apartados anteriores.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES UTILIZADAS.

Obra publicada con Licencia Creative Commons Reconocimiento Compartir igual 4.0